pro RESTO

horeca-alan ammattilehti

Porolle EU:n nimisuoja

Kahvila tarvitsee vahvan brändin

Ravintolakeittiön suunnittelussa ekologisuus on ykkösasia

Tiina Piilo ja Sodexon kestävän kehityksen käytännöt

www.proresto.fi

100 VUOTTA SUOMALAISTEN SUOSIKKEJA

HK NAKKIMUKI
Vuoden 2012
HITTITUOTE

HK

Makkarabaari®

Fast Food messut 27-28.2.2013 Helsingin Messukeskuksessa.

Tervetuloa HK:n Fast Food osastolle 3c24!

Tarjolla mm. real burgerit, hodarit ja wingsit.

HK RUOKATALO OY
Asiakaspalvelu 010 570 130, www.hkpro.fi, www.hookoo.fi

Ihanasti suussa sulavat VAASAN munkit yllättävät hauskasti. Suomalaisten suosikkimaut yhdistyvät leikkisään muotoon erityisesti uudessa VAASAN Omppumunkissa ja reiluun XL-kokoon VAASAN Jätti Munkkirinkelissä. Pientä twistiä ja silmäniloa tarjoiluun saat koristelemalla munkit persoonallisella tavalla. Niin helppoa tuottaa iloa ja katetta jokaiseen sesonkiin!

VAASAN Omppumunkki

Pakkauskoko: 45 kpl à 80 g

6 437005 064470

Tuotenro: 27295
Kesko SAP: 21101696
Meira Nova: 1073513
T-Koodi: 0540039

VAASAN Jätti Munkkirinkeli

Pakkauskoko: 27 kpl à 110 g

6 437005 058042

Tuotenro: 27274
Kesko SAP: 21091660
Meira Nova: 1073485
T-Koodi: 77438

VAASAN Oy Food Service, PL 250, 02631 Espoo, puhelin 0204 46 111, www.vaasanfoodservice.fi

Vaasan
FOOD SERVICE

Pienten erien kylmäkuljetuksiin moderni Itella Termo.

Itella Termo-kylmäkuljetuspalvelun avulla lähetät pienet elintarvike-eräsi nopeasti, kustannustehokkaasti ja ympäristöystävällisesti lähes kaikkialle kotimaahan. Nyt myös suoraan kuluttaja-asiakkaille.

Pienet erät nopeasti perille

Itella Termo-kylmäkuljetuspalvelu on kehitetty lihanjalostus- ja valmisruokateollisuuden, meijereiden ja leipomoiden tarpeisiin. Sillä pystytään vastaamaan muun muassa lähi- ja luomuruuan kasvavaan kysyntään. Palveluun kuuluu erikokoisia EPP-laatikoita ja Termorullakko. Laatikoihin voit pakata elintarvikkeita aina 25 kiloon asti ja rullakkoon noin 150 kilon edestä. Itella Termo-palvelu mahdollistaakin erityisen hyvin korkeintaan 24 tunnin toimitukset pienemmille kylmäkuljetuserille.

Ekologisesti ympäri Suomen

Itella Termo-palvelut perustuvat Itellan kattavaan kuljetusverkkoon, jolloin lähetät pieniä kuljetuseriä helposti ympäri maata – myös poikki Suomen. Itella Termo on ekologinen valinta, sillä kuljetuksiisi ei käytetä kylmäkuljetusajoneuvoja, vaan Itellan tavallista kalustoa.

Lämpötila jatkuvassa seurannassa

Termo-laatikossa elintarvikkeiden lämpötilaa pidetään mahdollisimman lähellä lähetyslämpötilaa kylmägeelien avulla. Elintarvikkeiden lämpötiloja seurataan viiden minuutin välein laatikossa olevien sensorien avulla. Halutessasi seuraat lämpötiloja myös itse.

Yrityksiin ja kotitalouksiin omat jakeluajat

Yrityksille lähetyksesi jaetaan lähettämistä seuraavana päivänä klo 14 mennessä, yleensä jo aamupäivällä. Kuluttajille voit valita jakeluajaksi joko klo 12–15 tai klo 17–19.

Kiinnostuitko?

Ota yhteyttä p. 0200 77000

www.itella.fi/termo

itella

Kannen kuva
Sini Pennanen

1/2013

SISÄLTÖ

Eettiset ja ekologiset raaka-aineet. VIHREÄÄ KULMAA KEITTIÖÖN

16

Vihreää kulmaa keittiöön

Sodexon laatu- ja ympäristöpäällikkö Tiina Piilo luotsaa kohti kestävän kehityksen käytäntöjä. Ruokailupalveluiden kehityksessä johtotähtenä ovat ammattitaito ja halu tarjota asiakkaille joka päivä hyvän makuista ja terveellistä ruokaa. Suurella toimijalla turvallisuus on luonnollisesti avainasemassa.

08

Kahvilabisneksessä vahva brändi on enemmän kuin puoli voittoa

Kannattavan kahvilabisneksen rakentamisessa ei ole oikotietä onneen: kahvila tarvitsee vahvan brändin toimiakseen. Kahviloiden tärkein juttu on tajuta, että brändi muodostuu – paitsi erinomaisista tuotteista, omaperäisestä tunnelmasta, mieliinjäävästä ympäristöstä ja hyvästä asiakaspalvelusta – myös siitä, miten kahvilasta kerrotaan ulospäin.

12 **Minidonitsi starttasi Rautatieasemalla**
Minidonitsi-kahvila on take-away-paikka, jossa donitsin kyytipojaksi on tarjota Kulta Katriinaa ja italialaisesta Segafredo-espressosta valmistettuja erikoiskahveja. Näiden tuotteiden brändinäkyvyyteen on panostettu mm. teippausten muodossa. Näkyvyys tällä paikalla on loistava, kun päivittäin ohi kulkee 200 000–300 000 ihmistä.

24 **Keittola, ruokala, ravintola**
Tämän päivän ravintolakeittiön suunnittelua hämmentää monta lusikkaa sopassa. Toiminnallisten, taloudellisten ja ekologisten vaatimusten ristipaineessa ammattikeittiöstä tulisi tehdä paikkoja, joissa turvallinen ja herkullinen ruoka maistuu.

28 **Melu kuriin keittiössä**
Ammattilaiskeittiössä melua on vaikea välttää. Laitteet, normaalit työn äänet ja erityisesti astiahuolto synnyttävät välillä koviakin ääniä. Oikeanlaisella vaimennuksella melutasoja voidaan kuitenkin laskea.

30 **Puhtaus on yhä puoli ruokaa**
Kun ammattikeittiötä suunnitellaan, puhtaanapidon toiminnallisuuteen ja hygieniaan kytkeytyvät vaatimukset ovat eittämättä yksi tärkeimmistä suunnittelua määrittävistä lähtökohdista. Pintojen on oltava suorastaan vihamielisiä mikrobeille.

42 **Poroa sarvista**
Suomalainen nautiskelee keskimäärin noin puoli kiloa poroa vuodessa, mikä tarkoittaa käytännössä yleensä kahta annosta poronkäristystä. Samassa ajassa syödään yli kolmekymmentä kiloa possua. Miksi poroa syödään niin kitsaasti?

pro RESTO 1/2013

julkaisija
PubliCo Oy
Pälkäneentie 19 A
00510 Helsinki
puh. 09 686 6250
info@publico.com
www.publico.com

päätoimittaja
Jussi Sinkko

tuotepäällikkö
Paul Charpentier
paul.charpentier@publico.com
puh. 09 6866 2533

toimituksen koordinaattori
Mirkka Lindroos

graphic design
Riitta Yli-Öyrä

ilmoitusmyynti
Kim Korlin
kim.korlin@publico.com
puh. 09 6866 2521

tilaajapalvelu
puh. 03 4246 5309
tilaajapalvelu@kustantajapalvelut.fi

toimittajat
Arto K. Koskelo
Sami J. Anteroinen
Merja Kihl
Ari Mononen
Laura Laakso
Markku Summa

kannen kuva
Sini Pennanen

paino
PunaMusta Oy

www.proresto.fi

TEGERA®
by ejendals

TEGERA® 8180 STAR 3

Vinyylikäsine, jossa ei ole ftalaatteja. Märkiin ja öljyisiin ympäristöihin, kuten suurkeittiöihin. Kuvioitu kämmen.

Cat. III EN 388 2000 EN 374 EN 374

TEGERA® 8190 STAR 2

Puolipitkä vinyylikäsine. Joustava, ergonomisesti muotoiltu ja erittäin pitävä. Märkiin ja öljyisiin ympäristöihin.

Cat. III EN 388 2000 EN 374 EN 374

TEGERA® 992

Viiltosuojakäsine Dyneema®kuidusta, jota voidaan käyttää myös aluskäsineenä, kun on olemassa viiltoriski.

Cat. II EN 388 1542 WITH Dyneema®

TEGERA® 817

Joustava ja kestävä vinyylikertakäyttökäsine. Ftalaatiton, puuteroimaton. Sopii esimerkiksi elintarviketeollisuuteen ja terveydenhoitoalalle.

Cat. III EN 388 1000 EN 374 EN 455

ejendals
SUOJAA KÄDET JA JALAT
www.ejendals.com

KESTÄVÄMPI KEITTIÖ

SUOMEN AMMATTIKEITTIÖT valmistavat 810 miljoonaa ruoka-annosta vuodessa eli 2,2 miljoonaa ateriaa päivässä. Näistä reilu puolet valmistetaan julkisissa keittiöissä – kuten esimerkiksi päiväkodeissa, kouluissa ja sairaaloissa – yli kolmasosa kahviloissa ja ravintoloissa ja alle kymmenesosa henkilöstöravintoloissa. Suomalaisten ylpeydenaiheena on ollut, että ruoka on terveellistä, ravitsevaa ja taloudellisesti tuotettua. Tämä ei kuitenkaan enää riitä. Suomessa noin kolmannes kulutuksen ympäristövaikutuksista aiheutuu ruokailusta, joten ilmastonmuutoksen vastaisen taistelun kannalta ei ole samantekevää, miten nuo pari miljoonaa päivittäistä ruoka-annosta valmistetaan.

Ammattikeittiötoimintaa koskeva lainsäädäntö on jo vanhastaan taannut ruoan turvallisuuden, mutta kestävän kehityksen mukainen ruokatarjonta vaatii kokonaan uudenlaista toimintamallia.

Ruokapalvelujen kehittämisessä on hyvä ottaa selvää, mitä mieltä asiakkaat ovat vastuullisista ruokavalinnoista – ja millä perusteella he niitä arjessaan tekevät? Ruoan ympäristövaikutuksista puhuminen on kuitenkin vielä sangen uutta, joten ammattikeittiöt voivat ottaa edelläkävijän ja valistajan roolia. Monet ihmiset eivät yksinkertaisesti ole tulleet ajatelleeksi näitä asioita aikaisemmin. Ammattikeittiöstä tullut viesti saattaa muuttaa kodinkin ruokailutottumuksia kestävämpään suuntaan.

Valveutunut toimija myös palkitaan, sillä tulevaisuudessa ammattikeittiön ympäristövastuullinen toiminta on kasvava etu kiristyvässä kilpailussa asiakkaista. Ympäristöasioihin panostaminen on fiksua myös siinä mielessä, että vihreämmät, kestävämmät toimintatavat tuovat kustannussäästöjä ja parantavat tuottavuutta.

Valtavirta on viime vuosina vienyt kohti yhä suurempia tuotantoyksiköitä, suuruuden ekonomiaan luottaen. Kaiken toiminnan keskittäminen ei kuitenkaan automaattisesti luo kestävämpää pohjaa ruoanvalmistukseen. Samalla kun keittiöneliöissä säästetään ja laitteiden käyttöä saadaan tehostettua, valmistetun ruoan säilytyksen, jakelun ja uudelleenlämmityksen energiankulutus voi toisaalta kasvaa hyvinkin merkittävästi.

Jos kasvihuonepäästöjen lähteitä tutkitaan yhtään lähemmin, huomataan että ruokapuolella suurimmat päästöt syntyvät alkutuotannossa. Keittiön kontolla on kolmasosa hiilisynneistä ja kuljetuksien osa päästöistä on muutama prosentti.

Ruokapalveluissa ympäristön kuormitusta voidaan kuitenkin rajoittaa monin tavoin. Ilmeinen ratkaisu on käyttää raaka-aineita, joiden ympäristövaikutukset ovat vähäiset. Samaten ruoan hävikki on saatava kuriin: hävikki niin varastoinnissa, valmistuksessa, tarjoilussa kuin lautasellakin on tällä hetkellä liian korkealla tasolla.

Keittiön säästökuurin tulisi kohdistua energian lisäksi veden ja kemikaalien kulutukseen sekä jätehuoltoon. Kulutusta ja jätteen määrää pystytään seuraamaan ja mittaamaan, joten tavoitteiden asettaminen on mielekästä.

Miljoonavolyymin ansiosta ammattikeittiöissä kuluu maassamme energiaa yhtä paljon kuin esimerkiksi koko kansakunnan kotitalouksien valaistuksessa. Ehkä yllättäen, suurin osa energiasta kuluu lämmitykseen ja ilmanvaihtoon, koska keittiöiden ilmanvaihtotarve on niin suuri. Keittiötoimintojen varsinainen suora energiankulutus on kolmen kauppa: valmistus, kylmäsäilytys ja astianpesu. Kauempana näiden perässä tulevat tarjoilu, puhtaanapito ja valaistus.

Tätä taustaa vasten on selvää, että joka ammattikeittiössä pitäisi olla muusta kiinteistöstä erillinen sähkömittari. Toistaiseksi energiankulutusta kuitenkin mitataan hyvin harvassa keittiössä, joten on arvailujen varassa, paljonko energiaa yhden ruoka-annoksen valmistamiseen on käytetty. Suomen kaikkien ammattikeittiöiden keskimääräinen keittiön prosessien energiankulutus annosta kohti lienee noin 1 kWh:n luokkaa.

Kustannus kukkarolle on 10 sentin hujakoilla, eikä tunnu äkkiseltään pahalta. Planeetan sietokyky onkin sitten jo toinen juttu.

JUSSI SINKKO

Jos jotain sattuu!

Ensiapuasema Pro soveltuu ravintolaan, keittiöön, leipomoon ja muihin elintarviketeollisuuden työpaikoille.

Cederroth Ensiapuasema Pro

Tuotenumero: 490950
Mitat: L 29 x K 56 x S 12 cm

EAN-koodi KPL 7310804909502

Sisältö:

2 kpl	Cederroth iso ensiapuside
3 kpl	Cederroth pieni ensiapuside
20 kpl	Salvequick haavapyyhe
1 rss	Cederroth sininen soft laastari
2 kpl	Cederroth Burn Gel spray 50 ml
2 x 2 kpl	Burn Gel Palovammataitos 10 x 10 cm
1 kpl	Elvytyssuoja Cederroth
1 kpl	Salvequick laastariautomaatti (sis. 2 x sininen muovilaastari REF 6735CAP ja 6754CAP)
1 kpl	Hätäensiapuohje
1 kpl	Automaatin avain

Esimerkkejä Ensiapuasema Pron tuotteista:

Cederroth Burn Gel Spray 50 ml

Tuotenumero: 901901
Suihkuta paksu kerros geeliä palovamman päälle.
Nopea jäähdytys • Vesiliukoinen • Myrkytön

Cederroth Burn Gel Palovammataitos 10 x 10 cm 2 kpl/rasia

Tuotenumero: 901900
Palovammataitos voidaan laittaa palaneiden vaatteiden päälle

Cederroth Soft laastari 2 x (6 cm x 2 m)

Tuotenumero: 676100, sininen
Itsekiinnittyvä • Joustava • Vedenkestävä

Suosittelemme syövyttävien kemikaalien läheisyyteen silmänhuuhtelupulloa seinätelineessä.

CEDERROTH

Cederroth Oy / Ensiapu
PL 95, 02231 ESPOO
Puh. 0207 00 9250, Fax 0207 00 9247
Email: firstaid@cederroth.com, www.firstaid.cederroth.com

MUSTAA KULTAA VUOLEMASSA

KAHVILABISNEKSESSÄ VAHVA BRÄNDI ON ENEMMÄN KUIN PUOLI VOITTOA

TEKSTI: SAMI J. ANTEROINEN

KUVA: HELSINGIN KAUPUNGIN AINEISTOPANKKI / COMMA IMAGE OY

Kannattavan kahvilabisneksen rakentamisessa ei ole oikotietä onneen: kahvila tarvitsee vahvan brändin toimiakseen. Brändiasiantuntija Lisa Sounion mukaan jättiosa suomalaisista kahviloista suhtautuu – valitettavasti – tuote- ja tilakehitykseen sekä viestintään aivan liian mielikuvituksettomasti.

”**KAHVILOIDEN TÄRKEIN** juttu on tajuta, että brändi muodostuu – paitsi erinomaisista tuotteista, omaperäisestä tunnelmasta, mieliinjäävästä ympäristöstä ja hyvästä asiakaspalvelusta – myös siitä, miten kahvilasta kerrotaan ulospäin”, Sounio toteaa ja lisää, että kahvilan brändi ei rakennu pelkillä mainoskampanjoilla, logoilla ja kylteillä, mutta ne ovat osa kokonaisuutta.

”Esimerkiksi Café Ekberg Helsingissä on ollut yli 100 vuotta liki samanlainen, ja silti vetovoimainen. Ekbergin brändi on laadukas traditio, kaunis tila ja herkullinen käsityö yhdistyneenä historialliseen kaupunkimiljööseen”, Sounio summaa. Hänen oma suosikkinsa on pienenpieni Fleuriste Uudenmaankadulla, joka on kahvilan lisäksi myös taidokas kukkakauppa.

”Kannattavan kahvilabisneksen rakentamisessa ei ole oikotietä onneen: kahvila tarvitsee vahvan brändin toimiakseen.”

Mutta mitkä sitten ovat suomalaisten kahviloiden suurimmat helmasynnit? Sounion mukaan skaala on laaja: kahvilassa tarjotaan aina sitä samaa, tunnelma unohdetaan, tila näyttää ankealta, valaistuksessa asiakas näyttää kummitukselta…

”Tällöin unohdetaan, että eri viestintäkeinojen kehitys on alan elinehto”, hän muistuttaa.

Omaa juttua etsimässä

Sounio kehottaa pientäkin kahvilaa panostamaan brändäykseen. Hän neuvoo pientä toimijaa etsimään itselleen kaksi esikuvaa Suomesta ja pari ulkomailta. Näitä seuraamalla voi miettiä, miten pienin keinoin pystyy parantamaan sitä omaa juttuaan ja poimia ideoita viestintään.

”Kopioida ei kannata, vaan luoda ihan oma linja. Sisustuslehtiä tutkimalla ja muutaman käytännönläheisen markkinointikirjan lukemalla pääsee alkuun.”

Sounion mukaan mainostoimistolta ei kannata ostaa mitään, mikäli ei ymmärrä mistä maksaa. Kestävä graafinen suunnittelu ja tyyli on enemmän kuin muutaman vuoden juttu, hän huomauttaa.

”Panostaa kannattaa silti valokuviin, kauniiseen ajattomaan logoon ja nettisivuihin. Kaunis tila voi syntyä kierrätyshuonekaluista – esimerkiksi Lappeenrannassa on huippusuosittu Alexandra, jossa on vanhantavarain liikkeestä kerätyt huonekalut.”

Coffee House uudistuu

Kotimaisista kahvilaketjuista Coffee House on uusimassa ilmettään. SOK:n ketju hakee tilasuunnittelun avulla lisäpotkua brändiin ja myyntiin. Suunnittelutoimisto Amerikan ja Coffee Housen yhteistyö alkoi keväällä 2011 ja tulosta on tullut: ensimmäiset valmiit kohteet on avattu Hyvinkäälle, Järvenpäähän, Turkuun, Porvooseen ja pääkaupunkiseudulla Isoon Omenaan ja Kannelmäkeen.

Amerikan suunnittelutiimiä vetänyt Teemu Nojonen kertoo, että tilakonseptin kehitystyössä on painotettu – asiakaspaikkojen lisäyksen ja myynnin kasvattamisen lisäksi – Coffee Housen tunnistettavuutta, erottuvuutta ja näkyvyyttä.

”Esimerkiksi kauppakeskusympäristössä tunnistettavuus ja erottuvuus ovat haasteellisia asioita, koska kaupallisia viestejä on niin paljon. Linjaa tuli selkeyttää, että viesti saadaan perille”, Nojonen kertoo. Houkuttelevuutta on pyritty lisäämään sekä bränditasolla, itse kahvilatilassa että katukuvassa kahviloiden läheisyydessä.

”Olemme hakeneet tiettyä fiilispohjan tarttumapintaa, joka vetoaa Coffee Housen nuorehkoon kohderyhmään.”

Askel kerrallaan

Uudelleenbrändäystä ei tehdä kertarysäyksellä vaan kaikessa rauhassa. Coffee House -ketjuun kuuluu tällä hetkellä 26 kahvilaa, joten konseptin kehittäminen ja Roll Out-prosessi jatkuvat näin ollen useamman vuoden, Nojonen uskoo.

”Emme myöskään ole lähteneet tekemään aivan kaikkea uudestaan, vaan ideana on ottaa hyväksi havaitut toimivat osat ja kehittää niitä edelleen.”

Mitä sitten on toimivan kahvilabrändin ytimessä Nojosen mukaan? Suunnittelija näkee, että hyvä kahvila on sellainen, että siellä viihdytään, se koetaan omaksi – ja sinne halutaan pian takaisin.

”Tällöin sekä itse miljöö että tuotteet ja palvelut ovat kohdallaan.” Hänen mukaansa kehitystyö on enemmän askel-askelelta etenemistä, kuin yhden yön vallankumouksen tekemistä – mutta pienilläkin asioilla voidaan tehdä ihmeitä.

”Kahviloiden tärkein juttu on tajuta, että brändi muodostuu – paitsi erinomaisista tuotteista, omaperäisestä tunnelmasta, mieliinjäävästä ympäristöstä ja hyvästä asiakaspalvelusta – myös siitä, miten kahvilasta kerrotaan ulospäin.”

”Esimerkiksi kahvikoneen siirtäminen takalinjastosta etulinjastoon saa aikaan sen, että kontakti asiakkaan kanssa säilyy koko ajan”, Nojonen tarjoaa yhden esimerkin.

Suuren maailman malliin

Alan toimijoilla koitti vuonna 2012 viimein tilaisuus oppia alan ykkösnimeltä ihan kotimaassa, kun amerikkalainen Starbucks viimein rantautui Suomeen.

Suomeen Starbucks saapui varovaisesti, kuin varvasta avannossa koittamaan. Monen harmiksi kahvilat – ensimmäinen toukokuussa, toinen lokakuussa – lanseerattiin Helsinki-Vantaan lentokentälle, jossa harva liikkuu ihan huvikseen. Aihetta kommentointiin saatiin myös siitä, että Starbucks ainakin osaa hoitaa asiakaskierron – vaikka pehmeä sohva kuinka houkuttaisi lorvailuun, kukaan ei silti varmaan halua myöhästyä lennoltaan.

KUVA: SINI PENNANEN

”Esimerkiksi kahvikoneen siirtäminen takalinjastosta etulinjastoon saa aikaan sen, että kontakti asiakkaan kanssa säilyy koko ajan.”

Toinen asia on Starbucksin eriskummalliselta vaikuttava tapa perustaa kilpailija itse itselleen. Näin kävi myös lentokentällä – maalaisjärjellä ajatellun kakkoskahvilan olisi voinut hyvinkin startata vähän lähempänäkin Helsingin ydinkeskustaa.

Sitoutumishaluja löytyy

Niin tai näin, toisen kahvilan avaaminen on selvä merkki Starbucksin sitoutumisesta ja halusta laajentaa edelleen Pohjoismaiden markkinoilla. Tähtibrändiä lentokentällä operoivan SSP Finlandin markkinointipäällikkö Jussi Laakso kertoo, että Starbucks etenee maku edellä. Kaiken toiminnan ankkurina on rautainen Arabica: espressopohjaisesta portfoliosta irtoaa 18 erilaista sekoitetta joka makuun.

”Tämä onkin ainoa asia, joka on sama ihan joka Starbucksissa ympäri maailman. Ruokapuoli sitten vaihtelee maasta maahan.”

Laakso kertoo, että yhteistyö huippubrändin kanssa on opettanut paljon siitä, mitä huipulle pääseminen vaatii. SSP:n päälliköt viettivät ulkomailla toista kuukautta perusteellisissa kahvisulkeisissa.

”Starbucksilla esimerkiksi kaikki palaverit alkavat kahvinmaistamistilaisuudella”, Laakso kertoo. Samaten SB-väki kulkee maailmalla mukanaan pieni muistivihko, mihin kirjataan missä kahvia on tullut juotua, miltä maistui ja mitä mietteitä se herätti.

”Tähän liittyy komplementaaristen makujen etsiminen eli mitkä tuotteet sopisivat yhteen kahvin kanssa makumaailmansa puolesta.”

Hemmotteluhetki houkuttaa

Myös lentoaseman Starbucks mieltää itsensä kohtaamispaikaksi, jossa matkustajat ja muut kävijät voivat tavata toisiaan. Mutta haluaako tähtikahvila houkutella trendinuorisoa ja opiskelijaporukoita vai varttuneempaa väkeä, kenties luovan luokan moninaisia edustajia? Laakso vahvistaa, että yllä kuvatut segmentit varmasti tuntevat itsensä kotoisaksi Starbucks-miljöössä, mutta kohderyhmä ei ole tarkkaan rajattu esimerkiksi ikärakenteen puolesta.

”Meillä käy erikoiskahveista pitäviä asiakkaita, jotka hakevat kahvistaan virkistyksen lisäksi myös nautintoa”, Laakso kuvailee.

Tarjolla ei ole siis huoltamokahvia, vaan pikemmin hemmottelukahvia. Esimerkiksi useiden new luxury -gurujen mukaan Starbucks on siitä kiitollinen high end -tuote, että se sopii useimpien ihmisten kukkarolle – toisin kuin vaikkapa urheiluauto tai suihkukone.

Mutta voiko Laakso yhtään paljastaa, millä aikataululla Starbucks perustaa kolmoskahvilan – ja siis (toivottavasti) lentokentän ulkopuolelle?

”Kaikkia mahdollisuuksia tutkitaan”, Laakso lupaa ja vakuuttaa, että missään ei ole määrätty, etteikö SSP voisi viedä voittoisaa konseptia muuallekin.

”Mutta monen palasen täytyy loksahtaa kohdalleen, ennen kuin näin käy.”

”Meillä käy erikoiskahveista pitäviä asiakkaita, jotka hakevat kahvistaan virkistyksen lisäksi myös nautintoa.”

Ikoni analyysissä

Lisa Sounio huomauttaa, että Starbucks osaa kuunnella asiakkaita ja olla ajan hermolla, vaikka tyyli on täysin toisenlainen kuin historiasta ammentavilla kahviloilla. Sounion mukaan Starbucksin konseptissa on ymmärretty, että ihmisten tapa tehdä työtä ja tavata ihmisiä muuttuu:

”Moni haluaa tehdä työtään kahvilasta käsin. Starbucks loi rennon, kutsuvan miljöön, josta ei häädetä pois, vaikka ostaisit vain kahvikupin. Asiakkaasta tulee lojaali, kun ketään ei ylenkatsota”, Sounio pohtii.

Lisäksi Starbucks päivitti vanhan italialaisen kahvilakulttuurin modernilla amerikkalaisella tyylillä. Sounion mukaan kahvila-asiakas haluaa olla osa ”arjen teatteria”, jossa barista on kuin stand-up koomikko-baarimikko, jonka työskentelyä on hauska seurata.

”Starbucks oli myös aktiivinen tuotteiden kehittelyssä.”

Sounio pitää Starbucksia tervetulleena vahvistuksena kotimaiselle kahvilakentälle, mutta muistuttaa, että suomalaisten on syytä olla ylpeitä myös omista ketjukahviloistaan.

”Esimerkiksi Robert’s Coffee -kahviloissa on kunniassa kahvin tuoksu.” ■

Bonne™

UUTUUDET:

Herkullinen uusi Bonne Luomu omenasose

- Hedelmäpitoisuus 100 %
- Makeuttamaton ja säilöntäaineeton
- Pakkauskoot: 0,5 L ja 1 L

Sopii jälkiruokiin, välipalaksi sellaisenaan sekä puuron, murojen, jogurtin, rahkan, ohukaisten tai vaikkapa jäätelön kanssa.

Bonne Luomu omenasose 0,5 L
Myyntierä 6 x 0,5 L
6420610112827

Bonne Luomu omenasose 1 L
Myyntierä 12 x 1 L
6420610112926

Bonne Premium Mustikkamehujuoma

- Mehupitoisuus 15 %
- Säilöntäaineeton
- 1 L korkkipakkaus

Mustikkamehujuoman hieno maku syntyy aidoista mustikoista ja luonnollisesta, käsittelemättömästä lähdevedestä.

Bonne Premium
Mustikkamehujuoma 1 L
Myyntierä 12 x 1 L
6420610112803

Bonne Juomat Oy
puh. (019) 382 233
www.bonnejuomat.fi

MINIDONITSI STARTTASI RAUTATIEASEMALLA

TEKSTI: SAMI J. ANTEROINEN

KUVAT: SINI PENNANEN

Rautatieasemalla aloitti lokakuun puolessa välissä uusi kahvilayrittäjä. Markku Kukkosen Minidonitsi-kahvila on take-away-paikka, josta minidonitsit ja kahvi yleensä napataan matkaan – mutta myös istumapaikkoja löytyy puolisen tusinaa.

KUKKOSEN MUKAAN Rautatieaseman kaltaisen kiireisen läpikulkupaikan luonteen mukaista on, että kahvin saa hetkessä mukaan: ”Amerikastahan tämä take-away-toiminta on Suomeen rantautunut ja yleistyy koko ajan”, Kukkonen toteaa.

Millä konstilla kiireiset nykyihmiset sitten saadaan Minidonitsin luukulle asioimaan? Tässä kohtaa Kukkosella on lyödä tiskiin kova valttikortti: ”Meidän minidonitsit ovat takuutuoreita ja kuumia”, Kukkonen kertoo ja lisää että juuri paistettujen donitsien lumousta on vaikea vastustaa.

Tammikuun pakkasilla käynnissä on myös pienimuotoinen remontti, kun kahvilaan rakennetaan rasvahormia. ”Muuten kaikki on sujunut hyvin, mutta on selvä, että kunnollinen rasvahormi tämmöisessä paikassa pitää olla”, Kukkonen toteaa.

Haku päällä

Joko sitten poliisit – nuo kyseisen herkun erikoistuntijat – ovat ottaneet paikan omakseen? – Kukkonen nauraa ja toteaa, että ei ole itse vielä huomannut sinitakkeja jonoksi asti: ”Mutta sitten on syytä kyllä huolestua, jos poliisia ei lainkaan näy”, hän heittää.

Tuotteena donitsi on kasvattanut suosiotaan vaivihkaa. 1970-luvulla syntyneet ja sitä nuoremmat tuskin enää haikailevatkaan korvapuustien perään, vaan ovat tottuneet täysiveriseen amerikanrinkulaan. Kukkonen kiittelee Arnold’s-ketjua donitsitietouden levittämisestä maahan:

”Arnold’s toimi aikoinaan tärkeänä tienraivaajana”, hän toteaa. Varsinaisena kilpailijana Kukkonen ei Arnold’sia pidä, sillä konseptit ovat niin erilaiset.

”Meillä on selkeä take away -konsepti, emmekä koe kilpailevamme kenenkään kanssa.”

”Meiltä saa kymmenen minidonitsin paketin ja kahvin samalla hinnalla millä Arnolds’ilta yhden donitsin ja kahvin”, hän kärjistää. Toinen asia on sitten se, että Arnold’sin donitsit tehdään raakapakasteista, kun taas minidonitsit leivotaan taikinasta paikan päällä.

Hyvässä vauhdissa

Kukkonen näkee rautatieasemankin kahvilat enemmän kollegoina kuin kilpailijoina:

”Meillä on selkeä take away -konsepti, emmekä koe kilpailevamme kenenkään kanssa. Päinvastoin, täällä rautatieasemalla on itse asiassa liian vähän palveluita, kun miettii trafiikkia asemalla.”

Kukkonen onkin ajatellut, että ainakin tuoreista hedelmistä tehdyt smoothiet voisi lisätä minikahvilan valikoimaan.

”Ja kesällä tietysti jäätelö.”

Hyvä startti on saanut Kukkosen miettimään operaatioiden laajentamista muutenkin: ajatuksia on jo heitelty ilmaan siitä, missä kakkospaikan voisi avata. Myös esimerkiksi erilaisissa massatapahtumissa minidonitseilla voisi olla melkoinen menekki.

”Rajoittava tekijä on oikeastaan tuo rasvahormi. Tarvitsemme paikan, johon se voidaan järkevästi asentaa.”

Donitsin kyytipojaksi on tarjota Kulta Katriinaa ja italialaisesta Segafredo-espressosta valmistettuja erikoiskahveja – ja näiden Meiran tuotteiden brändinäkyvyyteen on panostettu mm. teippausten muodossa. Kukkonen kertoo, että yhteistyö Meiran kanssa on sujunut erittäin hyvin.

”Näkyvyys tällä paikalla on myös loistava, kun ajattelee että päivittäin ohi kulkee 200 000–300 000 ihmistä”, Kukkonen toteaa.

Brändi edellä

Johanna Martikainen Meira Oy:stä on samaa mieltä: Meiran brändit saavat kelpo näkyvyyttä rautatieaseman sydämessä ja monen ohikulkijan kahvihammasta alkaa kolottaa – joko heti tai vähän myöhemmin.

”Olemme mielellämme mukana toteuttamassa tällaista hiukan erilaista kahvilaideaa”, Martikainen kertoo. Näyttävillä teippauksilla halutaan herättää ohikulkijoiden huomio liikenteen solmukohdassa.

Brändin kilpeä halutaan kirkastaa myös siksi, että Kulta Katriina sai täysin uuden ja raikkaan ilmeen vuoden 2012 alussa. Uuden lookin taustalla ovat suunnittelijat Georgi Eremenko ja Aino-Maija Metsola.

”Pääsimme uuden ilmeen lanseerauksen kanssa hyvin vauhtiin alkuvuodesta ja palaute on ollut erittäin positiivista”, Martikainen kertoo. Uudistuksessa klassikkokahvin maku pysyi ennallaan, mutta pakkausta päivitettiin eri tavoin logosta alkaen.

”Uudistuksessa oli kova työ, mutta se onnistui hyvin ja myynti on vain kasvanut. Kuluttajat ovat todella mielissään uudistuksesta ja Kulta Katriina koetaan entistä houkuttelevampana ja laadukkaampana.”

”Näyttävillä teippauksilla halutaan herättää ohikulkijoiden huomio liikenteen solmukohdassa.”

Vallilan valloittaja

Kulta Katriina on noussut lähes kansallisaarteen asemaan vuosien saatossa. Kulta Katriinaa pakattiin ensimmäisen kerran Helsingin Vallilan paahtimolla vuonna 1937 ja siitä saakka se on pysynyt yhtenä suomalaisten ehdottomista ykköskahveista. Tällä hetkellä Kulta Katriina on Suomen toiseksi suosituin kahvimerkki.

Kulta Katriina on klassisen hienoarominen kahvi, joka valmistetaan suomalaiseen, vaativaan kahvimakuun ”maailman parhaiden kahvilaatujen valikoiduista pavuista”. Kyseessä ei ole vain markkinointijargon, sillä Meira ostaa raakakahvin alkuperämaista lähetettyjen näytteiden perusteella – ja kaikki näytteet testataan.

Tämä tarkoittaa sitä, että vuosittain Meiran kahvilaboratoriossa käsitellään pari tuhatta näytettä. Tärkein testaustyökalu on makuaisti, jota ei vielä ole pystytty millään teknoapparaatilla korvaamaan.

Kahvia kiskojen päällä

Kulta Katriinaa on markkinoitu myös kiskoilla. Helsingin kaupungin ratikkaliikenne sai maaliskuussa 2012 uuden kaunottaren, kun uusi Kulta Katriina -ratikka aloitti liikennöinnin.

Kauttaaltaan yliteipattu erikoisratikka liikennöi pääsääntöisesti linjalla 7 (Senaatintori–Töölö–Pasila), ainakin maaliskuuhun 2013 saakka. Kyseinen raitiovaunukaan ei ole mikä tahansa peli, vaan ehta Mannheim, joita on nykyään enää vain muutamia liikenteessä.

Kulta Katriina on varmasti yksi syy siihen, miksi suomalaisista on tullut kahvikansaa henkeen ja vereen. Kahvin joutuminen ”kortille” sotavuosina vain kiihdytti vimmaa, ja kahvi on edelleenkin johtavia ”sosiaalisia sidosaineita” yhteiskunnassa.

Tuoreimpien lukujen mukaan suomalaiset käyttävät paahdettua kahvia noin 9,7 kg henkeä kohden ja ovat mieltyneet ennen kaikkea vaaleapaahtoiseen kahviin (94 % kaikesta juodusta kahvista). Tummapaahtoisten kahvien suosio on kuitenkin kasvamassa ja tarjontaan on tullut paljon uusia, tummempipaahtoisia kahveja. Myös Kulta Katriina on saanut rinnalleen tummapaahtoisen uutuuden.

Yli 50 miljoonaa kiloa paahdettua

Vuonna 2011 paahdetun kahvin kokonaistoimitukset tuonti mukaan luettuna laskivat reilut kaksi prosenttia 52,5 miljoonaan kiloon. Kotimaiset paahtimot toimittivat vuonna 2011 kaupalle ja suurkeittiöille paahdettua kahvia 46,4 miljoonaa kiloa, mikä on noin viisi prosenttia edellisvuotta vähemmän.

Samana vuonna paahdetun kahvin tuonti Suomeen kasvoi edellisvuoden 7,3 miljoonasta kilosta 8,3 miljoonaan kiloon. Suurin osa tuotiin edelleen Hollannista ja muita vahvoja tuontimaita olivat Saksa ja Ruotsi. Paahdetun kahvin vienti Suomesta väheni 9,5 miljoonasta kilosta 8,7 miljoonaan kiloon. Vienti suuntautui lähinnä Viroon ja Venäjälle.

Raakakahvia tuotiin Suomeen vuonna 2011 yhteensä noin 63,9 miljoonaa kiloa pääasiassa Väli- ja Etelä-Amerikasta. Tärkeimmät tuontimaat olivat Brasilia, Kolumbia, Meksiko, Guatemala ja Honduras, joiden osuus oli yli 75 % Suomen koko raakakahvituonnista.

Mielenkiintoisena tietona vuoden 2011 kahvitilastoista voi poimia pikakahvin tuonnin kovan kasvun (40 %). Volyymit ovat kuitenkin edelleen pieniä, sillä Suomeen tuotiin pikakahvia yhteensä noin 1,3 miljoona kiloa. ■

Helppoa työvuoro-suunnittelua netissä!

HRSuunti Net -työvuorosuunnittelu hoitaa rutiinit, tallentaa tiedot ja automatisoi laskennan sekä muut ennen käsin tehdyt toimenpiteet. Voit käyttää ohjelmistoa reaaliaikaisesti missä tahansa, niin töissä, kotona kuin vaikka matkoillakin. Ole ekologinen ja säästä luontoa, aikaa ja työvoimakustannuksia! **HR**Suunti Net antaa työkalut työvuorojen optimointiin, tuntilaskentaan ja kustannusseurantaan. Ohjelmistot on kehitetty käyttäjien tarpeisiin ja niitä käyttää jo yli 250 yritystä. Lisäksi saatavana **HR**Web selainkäyttöinen työntekijäliittymä.

HRSuunti.fi

Asiakaspalautteen perusteella HRSuunti Net -ohjelmisto on helppokäyttöinen, luotettava ja siinä on asiakkaiden tarvitsemat ominaisuudet selkeänä kokonaisuutena.

Ps. tutustu tarkemmin www.hrsuunti.fi

1. Vuorosuunnittelun helppoutta

- Työvuorolistat nopeasti ja helposti
- Vuorolistapohjat ja kopioinnit
- Työvuorojen graafinen tarkastelu
- Itse määriteltävät syöttölyhenteet vuoroille
- Tapahtuma- ja pyhäpäiväkalenteri

2. Raportoinnin selkeyttä

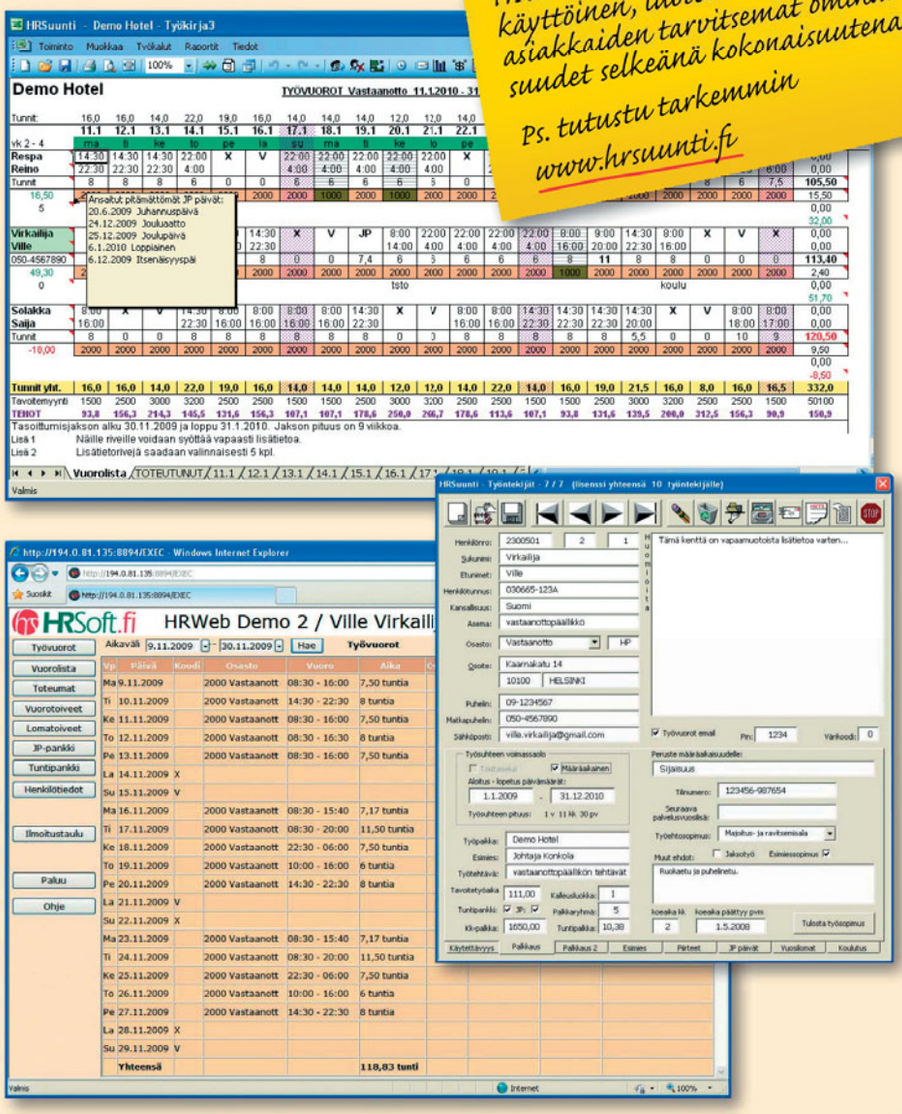
- Selkeät työvuorolistat
- Monipuolinen raportointi
- Palkkaraportit (tuntierittelyt) sähköisesti ja konekielisesti suoraan palkanlaskentaan
- Listan hinta, kokonaiskulut työnantajalle
- Teho- ja poikkeamaraportit
- Raportit myös graafisesti
- Työsopimukset ja työtodistukset
- Tuntitoteumaraportit jne.

3. Työntekijärekisteri

- Normaalit perustiedot
- Työaika-, vuosiloma- ja vapaapäivätoiveet
- Työsopimus-, palkkaus- ja koulutustiedot
- JP -päivä laskenta (-pankki)
- Työaikapankki ja tasoittumisjaksot

4. Ja vielä lisäksi...

- Helppo oppia ja nopea ottaa käyttöön
- Selkeä HRWeb selainliittymä työntekijöille
- Integrointi mm. palkanlaskentaohjelmiin
- Vuosilomasuunnittelu
- Käyttöoikeusmäärittelyt
- Kattava ja selkeä käyttöohje
- Nopea ja helppo käyttötuki
- TES päivitykset
- Sopii hyvin myös usean toimipaikan yrityksiin
- Toimii sekä Windows että Mac tietokoneissa
- Edullinen, pyydä tarjous HRSoftista!



HRSuunti.fi
Karjakuja 31-33 G
20540 TURKU
Puhelin: 020 769 4260
eMail: myynti@HRSuunti.fi
Internet: www.HRSuunti.fi
Y-tunnus: 2425954-3
ALV rek.

VIHREÄÄ KULMAA KEITTIÖÖN

TIINA PIILO LUOTSAA SODEXOA KOHTI KESTÄVÄN KEHITYKSEN KÄYTÄNTÖJÄ

Sodexon ruokailupalveluiden kehityksessä johtotähtenä ovat ammattitaito ja halu tarjota asiakkaille joka päivä hyvän makuista ja terveellistä ruokaa. Suurella toimijalla turvallisuus on luonnollisesti avainasemassa. Asiakkaan terveyden ja hyvinvoinnin takeena on lakisääteinen omavalvontajärjestelmä, joka varmistaa, että asiakkaille on tarjolla maukasta, terveellistä ja turvallista ruokaa.

TEKSTI: SAMI J. ANTEROINEN
KUVAT: SINI PENNANEN

SODEXON LAATU- JA YMPÄRISTÖPÄÄLLIKKÖ Tiina Piilo kertoo, että Sodexon omavalvontasuunnitelma pohjaa Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry:n laatimaan, Eviran hyväksymään malliin (Omavalvonta ravintoloissa, elintarvikkeet-ohje) ja se on laadittu siten, että siinä huomioidaan ravintolaympäristössä esiintyvät vaarakohdat, joissa epäonnistumisen johdosta voi syntyä ruokailevalle asiakkaalle terveysvaara.

”Suomessa haasteena on suurtalouskäyttöön soveltuvien tuotteiden heikko saatavuus.”

”Lisäksi omavalvontasuunnitelmaan sisältyy toimenpiteet, miten näitä riskikohtia seurataan, miten vaaroja ehkäistään ja miten toimitaan, jos ongelmia esiintyy”, kertoo Piilo. Euroopan unionin elintarvikehygienia-asetuksen 852/2004 mukaan elintarvikeyrityksen on tunnistettava elintarvikkeiden turvallisuuden kannalta toimintansa kannalta kriittiset kohdat ja sovellettava niihin HACCP-riskianalyysiä (Hazard Analysis Critical Control Points). Sodexolla HACCP on ollut käytössä jo useamman vuoden ajan.

Alihankkijat tarkassa syynissä

Sodexo ostaa vain yhtiön laatuvaatimukset täyttäviä raaka-aineita ja tuotteita, joiden alkuperä on jäljitettävissä. Valikoimassa on eettisellä ja ekologisella tavalla tuotettuja raaka-aineita mm. tuoteryhmissä kala, kuumajuomat, vihannekset, kananmunat ja liha.

Tiina Piilo kertoo, että Sodexo edellyttää alihankkijoiltaan toimittajasitoumusta (Code of Conduct), jossa he sitoutuvat samoihin periaatteisiin kuin mitä Sodexo itse noudattaa. Vaatimukset koskevat lapsityövoimaa, pakkotyövoimaa, palkkoja ja luontaisetuja, työaikoja, terveys- ja turvallisuusohjeita, yhdistymisvapautta, syrjimättömyyttä, kurinpitotoimenpiteitä, ympäristönsuojelua, sitoutumista yhteiskuntaan sekä viestintää.

”Tämän lisäksi toimittajamme allekirjoittavat laatusitoumuksen Code of Practice, jonka avulla varmistamme raaka-aineiden turvallisuuden.”

Sodexolla on edellytykset nostaa – asiakastarpeiden mukaisesti – asiakassopimusvalikoimiin eettisesti tai ekologisella tavalla tuotettuja tuotteita, Piilo toteaa. Eettisesti tai ekologisesti tuotettujen tuotteiden käyttö henkilöstöravintolan peruslounasvalikoimassa on kuitenkin minimaalista, ja käytön yleistymistä hidastaa normituotteita korkeampi hinta.

”Verotusarvo asettaa rajat raaka-ainekustannukselle.”

Omatunto edellä

Sodexolla on tarjota myös eettisesti sertifioituja tuotteita. Tällaisten tuotteiden ja raaka-aineiden alkuperä, tuotantoprosessi sekä tuotanto-olosuhteet on varmistettu, mistä todisteena on niille myönnetty sertifikaatti. Esimerkkinä eettisistä tuotteista Piilo mainitsee Rainforest Alliancen teepussit. Myös eettisesti sertifioitujen kalatuotteiden käyttö lisääntyy, vaikka onkin tällä erää vasta pari prosenttia kokonaisvolyymistä.

HACCP-OMAVALVONTA – SEITSEMÄN PERIAATETTA:

PERIAATE 1: Tunnistetaan kaikki mahdolliset vaarat, jotka liittyvät elintarviketuotannon kaikkiin vaiheisiin, kuten raaka-aineisiin, jalostukseen, käsittelyyn, valmistukseen, jakeluun ja kulutukseen. Arvioidaan vaarojen vakavuus ja esiintymisen todennäköisyys sekä määritetään ehkäisevät toimenpiteet, joiden avulla vaaroja valvotaan.

PERIAATE 2: Määritellään ne käsittely- ja tuotantoprosessin kohdat, joita voidaan valvoa ja hallita vaaran poistamiseksi. Nämä kohdat ovat kriittisiä hallintapisteitä (Critical Control Points, CCP). Kriittinen hallintapiste on työvaihe, jossa vaara saadaan poistettua tai vähennettyä riittävästi. Työvaiheen onnistumista voidaan mitata ja seurata (esim. kuumennuslämpötila). Kriittisen hallintapisteen avulla vaara hallitaan.

PERIAATE 3: Asetetaan kullekin kriittiselle hallintapisteelle tavoitteet ja poikkeamarajat, joita on noudatettava, jotta voidaan olla varmoja, että kriittinen valvontapiste on hallinnassa ja asiakkaalle tarjottavassa elintarvikkeessa ei ole terveysvaaraa.

PERIAATE 4: Laaditaan valvontajärjestelmä, jonka avulla tilanne kriittisissä valvontapisteissä on hallinnassa.

PERIAATE 5: Määritetään korjaavat toimenpiteet, joihin ryhdytään silloin kun valvonta osoittaa, että kriittinen hallintapiste ei ole hallinnassa.

PERIAATE 6: Sovitaan varmistuskäytännöt, joilla varmistetaan koko HACCP -järjestelmän toimivuus. Varmistusmenettelyt sisältävät täydentäviä tutkimuksia ja selvityksiä.

PERIAATE 7: Laaditaan kirjanpito, joka käsittää kaikki HACCP -järjestelmään liittyvät toiminnot ja menettelyt, valvonta- ja varmistusmenettelyihin liittyvät tulokset ja tehdyt korjaavat toimenpiteet.

Pritchitts
A Lakeland Dairies Company

Basilika-päärynä
smoothie

4-6 basilikan lehteä
1/2 päärynä (säilyke)
1/8 lime (purista mehu)
2 cl Modo persikkasiirappia
8 cl Rauch omenamehua
4 cl Soft Ice Mix pehmytjäätelöainesta
jäämurskaa

Sekoita kaikki ainekset blenderissä ja koristele muutamalla basilikan lehdellä.

Pritchitts Soft Ice Mix vähälaktoosinen pehmytjäätelöaines on tehty aidosta kermasta ja sopii kaikkiin pehmytjäätelökoneisiin.

Pehmytjäätelöaines sopii erinomaisesti myös pirtelöihin ja erilaisiin juomiin kuten smootheihin ja drinkkeihin.

Lisää smoothie reseptejä löydät sivuiltamme www.pritchitts.fi

Löydät meidät **FASTFOOD & CAFE 2013** messuilta osastolta **3g28**

the dairy experts

micros®

Micros ratkaisut
hotelleille,
ravintoloille ja
erikoistavarakaupoille

Olethan yhteydessä
myyntiimme
0303 9110 tai
fi-myynti@micros.com

www.micros.fi

”Suomessa haasteena on suurtalouskäyttöön soveltuvien tuotteiden heikko saatavuus – myös volyymin tulee olla riittävä”, Piilo linjaa.

Lisäksi Sodexo voi tarjota asiakkaille erityisen eettisen kahvilakonseptin, nimeltään Aspretto. Piilon mukaan konsepti on saanut hyvän vastaanoton.

Sodexolla uskotaan, että eettisten sertifikaattien osuus kokonaisvolyymistä jatkaa kasvuaan tulevaisuudessa. Piilo kuitenkin muistuttaa, että tämä kehitys on riippuvainen asiakaskäyttäytymisestä enemmän kuin mistään muusta:

”Tuotteiden käytön kasvu riippuu asiakkaista, siitä mitä he haluavat meiltä ostaa.”

”Kasvisten kotimaisuusaste on noin 40 %, mutta on kuitenkin muistettava, että lyhyestä kasvukaudesta johtuen Suomessa joudutaan turvautumaan tuontikasviksiin talvella ja keväällä.”

Luomutuotteista Piilo mainitsee puurohiutaleet. Luomutuotteita nostetaan kampanjatuotteiksi esimerkiksi mukaanmyyntituotteissa. ”Luomutuotteista on hyvä muistaa, että osa niistä voi olla ulkomaista alkuperää.”

Hävikki kuriin

Osana talon kestävän kehityksen strategiaa Sodexo kouluttaa henkilökuntaansa noudattamaan ympäristöä säästäviä työtapoja eri työvaiheissa – kuten esimerkiksi raaka-aineiden ja tuotteiden varastoinnissa, ruoanvalmistuksessa, tarjoilussa, astianpesussa ja siivouksessa. Piilo kertoo, että ruoantuotannosta ja tarjoilusta syntyvän hävikin vähentäminen on ollut yrityksessä jo pitkään agendalla.

”Syntyvän biojätteen määrää vähennetään monin keinoin: tarkka tuotannon suunnittelu ja ostotoiminta, hyvä varastonhallinta, jaksotettu ruoanvalmistus sen mukaisesti miten eri lounasvaihtoehtoja kuluu lounasaikana... Tähän liittyy myös hyvä yhteistyö asiakkaan kanssa: jos henkilökuntaa on esimerkiksi koulutuksessa, saamme siitä hyvissä ajoin tiedon, jolloin pystymme reagoimaan tuotantomääriin jo etukäteen.”

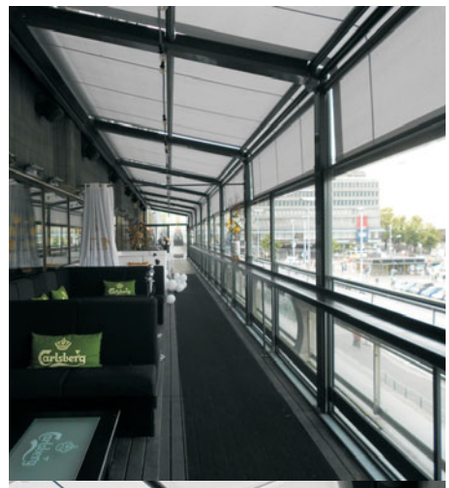
Piilon mukaan ympäristötyö toimipaikkatasolla on pienien asioiden summa ja tästä syystä työntekijöiden tietoisuuden herättäminen on erittäin tärkeässä asemassa.

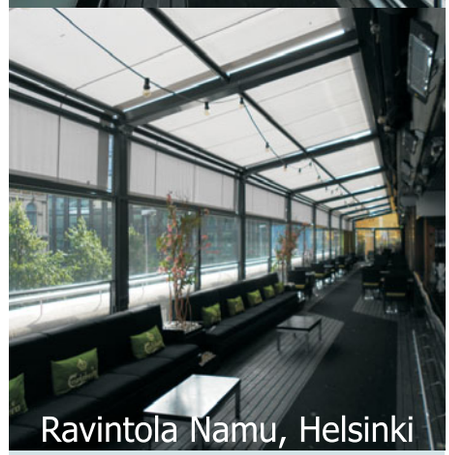
”Toimipaikkamme suunnittelevat vuosittain oman tiimin kanssa ne ympäristötoimet, joihin jokainen sitoutuu: energian ja veden säästäminen, biojätteen määrän pienentäminen, jätteiden lajittelu sekä kemikaalien oikea käyttö.”

Biojätteen määrän vähentämiseen tähtäsi myös Jätteetön päivä -teemapäivä 16.10.2012.

”Kannustamme myös asiakkaitamme kiinnittämään huomiota biojätteen määrän syntymiseen. Tyhjä lautanen on ympäristöteko”, toteaa Piilo.

Sodexon ympäristötyö kuuluu yhtiön globaaliin yhteiskuntavastuuohjelmaan Parempi huominen tehdään tänään. Ohjelmassa on kolme pääpainopistettä ja kaikkiaan 14 erillistä sitoumusta.

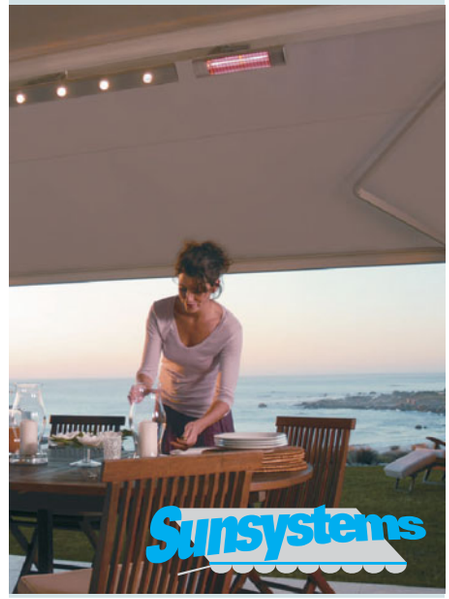



Ravintola Namu, Helsinki

TERASSIKATE-
JA
MARKIISI-
TOIMITTAJANNE

FINNKAIHDIN.

puh (09) 755 2120
www.finnkaihdin.fi



Sodexon keskeiset ympäristötavoitteet:

- Vähennetään biojätteen syntymistä.
- Vähennetään epäorgaanisen jätteen syntymistä.
- Vähennetään energiankulutusta.
- Vähennetään vedenkulutusta.
- Hankitaan paikallisesti, sesongin mukaisia ja kestävällä tavalla tuotettuja tuotteita.
- Hankitaan kestävällä tavalla pyydettyjä tai tuotettuja kaloja ja äyriäisiä.
- Hankitaan ympäristöystävällisiä laitteita ja kestävästi tuotettuja työvälineitä ja tarvikkeita.

Täysi tusina agentteja

Sodexon ympäristövastuuseen kuuluu muutakin kuin ohjelmajulistuksia: esimerkiksi vuoden 2011 lopussa valmistui 12 ”ympäristöagenttia”. Tiina Piilo selventää:

”Ympäristöagentit ovat toimipaikkojemme esimiehiä, jotka omalla aktiivisuudellaan levittävät ympäristötietoutta ja -myönteisyyttä, kannustaen muita toimimaan ympäristöä suojellen niin omassa tiimissä kuin alueen muissa toimipaikoissa.”

Ympäristönäkökulma ulottuu Sodexolla myös esimerkiksi sellaisiin toiminnan osa-alueisiin kuin kattaustarvikkeet, hygieniapaperit ja teknokemiantuotteet. Kattaustarvikkeissa ja hygieniatuotteissa Sodexo suosii tuotteita, joiden materiaali on esimerkiksi sertifioidusta metsästä lähtöisin, kierrätysmateriaalista tehtyä tai kierrätettävää; kemikaalien suhteen talossa suositaan ympäristömerkittyjä tuotteita sekä tiivisteitä.

”Tarjoamme asiakkaillemme myös mahdollisuutta pesuaineettomaan siivoukseen – valinta on luonnollisesti asiakkaalla.”

Parantamisen varaakin vielä toki on: vasta muutamassa Sodexon toimipaikassa on energian tai veden mittari, joten seurannan ja tavoitteiden asettamisen kannalta tärkeitä kulutustietoja ei ole kattavasti saatavilla.

Sinivalkoinen sydän

Suurin osa Sodexon käyttämistä raaka-aineista on kotimaisia: Suomessa jalostettujen tuotteiden osuus noin 90 %. Sodexo käyttää esimerkiksi suomalaisia vihanneksia aina, kun se satokaudet huomioiden on mahdollista.

”Kasvisten kotimaisuusaste on noin 40 %, mutta on kuitenkin muistettava, että lyhyestä kasvukaudesta johtuen Suomessa joudutaan turvautumaan tuontikasviksiin talvella ja keväällä.”

Kotimaisuusaste esimerkiksi sianlihassa (n. 95 %), kalkkunassa (100 %) ja tuoreleivässä (100 %) on kiitettävän korkea, mutta Piilo myöntää, että joiltakin osin kotimaisen raaka-aineen saatavuus on rajoitettua:

”Joissakin tuoteryhmissä ostamamme volyymit tuottavat haasteita.” ■

Kulta Katriina

VAHVA JA PEHMEÄ

Vahva ja pehmeä klassikko, Kulta Katriina, tarjoaa uusia makuelämyksiä. Nyt uutuutena Kulta Katriina Tumma Paahto – aidosti tummapaahtoinen, aromikas kahvi!

Uutuus!

Kulta Katriina tumma 500 g SJ
Meira Nova 140252
T-koodi 0503441
EAN ME
6 420101 145549

Kulta Katriina 500 g SJ
Meira Nova 144454
T-koodi 0182857
EAN ME
6 420101 441542

Kulta Katriina 100 g HJ
Meira Nova 140205
T-koodi 0950147
EAN ME
6 420101 551241

Kulta Katriina 80 g HJ
Meira Nova 140204
T-koodi 975326
EAN ME
6 420101 551142

Kulta Katriina 300 g KJ
Meira Nova 140210
T-koodi 0950162
EAN ME
6 420101 551722

Kulta Katriina 125 g HJ
Meira Nova 140207
EAN ME
6 420101 551548

Kulta Katriina 1 kg HJ
Meira Nova 140250
T-koodi 0379701
EAN ME
6 420105 651947

Kulta Katriina 500 g PJ
Meira Nova 144452
T-koodi 0183012
EAN ME
6 420101 441528

Kulta Katriina 100 g PKJ
Meira Nova 140206
T-koodi 0950139
EAN ME
6 420101 551234

Kulta Katriina 125 g PKJ
Meira Nova 140208
T-koodi 0950154
EAN ME
6 420101 551531

Kulta Katriina 300 g PKJ
Meira Nova 140209
T-koodi 217521
EAN ME
6 420101 551739

Kulta Katriina 500 g PAPU
Lava 32 me
Meira Nova 140104
EAN ME
6 420101 551807

Kulta Katriina 500 g PKJ
Meira Nova 140211
T-koodi 839746
EAN ME
6 420101 551845

MEIRA

KEITTOLA, RUOKALA, RAVINTOLA

TÄMÄN PÄIVÄN RAVINTOLAKEITTIÖN SUUNNITTELUA HÄMMENTÄÄ MONTA LUSIKKAA SOPASSA

TEKSTI: LAURA LAAKSO KUVA: SINI PENNANEN

Joskus lotrattiin vedellä ja kuurattiin lattiat juuriharjalla ja hiekalla. Puuhellalla porisi klimppisoppa tai kauravelli ja kuutamokiisseli pidettiin viileänä maakuopassa sahanpurujen alla. Nyt ruuan haluttu kypsyysaste tallennetaan mikrosirulle, hipaistaan näyttöruutua ja kas – osastovaunun uuni muuttuu viileäkaapiksi tai jäinen broileri kievinkanaksi. Mitä oikeastaan on tapahtumassa ammattikeittiöissä? Laulammeko utopian lauluja nyt, kun syömme muistikortin paistamaa leipää?

”Osa kokeista on jo siirtymässä takaisin yksinkertaisiin laitteisiin, joissa ei paineta kuvaketta, vaan väännetään ihan konkreettisesti kahvasta.”

AMMATTIKEITTIÖIDEN JA sairaalatekniikan toiminnalliseen suunnitteluun ja kehittämiseen erikoistunut Suunnittelutoimisto Saircon Oy sekä ruokailu- ja puhdistuspalvelujen tehostamiseen keskittyvä ja ammattikeittiösuunnittelua niin ikään tuottava konsultointiyritys Damico Oy tuntevat tämän päivän keittiösuunnittelun haasteet.

Toiminnallisten, taloudellisten ja ekologisten vaatimusten ristipaineessa ammattikeittiöistä tulisi kuitenkin tehdä paikkoja, joissa turvallinen ja herkullinen ruoka maistuu.

”Meidän mielestämme maku, nautinto ja elämys ovat aina etusijalla, ja kaikki muu tulee perässä”, valottaa toimitusjohtaja Minna Dammert Damico Oy:n toiminnan perustaa. ”Toisena tärkeänä lähtökohtana näyttäytyy toiminnallisuus, niin keittiön kuin salinkin osalta. Yksi sydämenasioistani olisi saada koulujen ruokasalitilat muutettua oppilasravintoloiksi. Tällä hetkellä kouluruokaloilla on selkeästi back office -painotus, eivätkä ruokapalvelut yleensä vastaa salista. Tällöin ammattimaisuus ei näy kokonaissuunnittelussa.”

”Pitkä toiminnallinen ja tekninen tietous ja kokemus ovat todella keskeisiä keittiösuunnittelussa, alalle kun ei kouluteta oikeastaan missään”, muistuttaa Saircon Oy:n toimitusjohtaja Heikki Koskinen.

”Vahvuusalueellamme suurissa ammattikeittiöissä ja keskuskeittiöissä on paljon sellaista, mikä täytyy ymmärtää, kun ruokailu koskettaa jopa tuhansia ihmisiä. Emme myöskään voi suunnitella enää yhdenlaisia keittiötä, jotka toimisivat vielä kahdenkymmenenkin vuoden päästä, vaan on varauduttava muutoksiin. Esimerkiksi virus- ja bakteerikanta on tänä päivänä erilainen kuin mitä se oli parikymmentä vuotta sitten.”

Kokki, energiavaras, ekoteko ja keittiösuunnittelija

”Sairaalamaailman tuntemuksemme on toki hyödyksi, kun keittiömaailma vasta hakee tietoutta hygieniasta. Itse olin pitkään skeptinen keskuskeittiösuuntaukselle, keskittämisiä kun alettiin vain tehdä ilman riskien tiedostamista”, Koskinen kertoo. ”Mutta sitten huomasin eurooppa-

KUVA: DUNI OY

GN- mitoitetut kertakäyttöastiat vähentävät astiahuollon määrää, ovat kevyitä, tilaa säästäviä, tyylikkäitä ja hygieenisiä.

palaisen tendenssin myötä, kuinka logistiset ja tuotannolliset ratkaisut kehittyivät eritoten kylmämaailmassa ja aiemman pistokoe-tyyppisen tarkkailun sijasta turvallisuus alkoi pysyä koko ajan kontrollissa. Eikä tänä päivänä enää puhuta niinkään ruuan lämmityksestä kohteessa, vaan esikypsentämisestä tai lopullisesta kypsentämisestä lähipaikassa. Yhä enenevässä määrin tarvitaan siis logistisesti kustannustehokkaita tapoja kuljettaa ja säilyttää ruokaa, jonka toimitusaika ei välttämättä ole lainkaan lähellä nauttimisaikaa."

"Esimerkiksi osastovaunuteknologia päiväkotien, sairaaloiden tai vanhainkotien osastoilla pitää ruuan aina oikean lämpöisenä. Vaunut ovat ohjelmoitavissa valmiiksi ja toimivat vaikkapa jääkaappina tietyn ajan ja muuttuvat sitten ajastuksella uuniksi", Minna Dammert selventää.

"Itse haluaisin, että julkisen sektorin keskuskeittiötoiminnassa keksittäisiin jotain metalliset GN-astiat korvaamaan. Nyt vuoat kiertävät koko ajan keittiöiden välillä kuumina tai jäähdytettyinä. Ne ovat paitsi logistisesti raskaita ja vaivalloisia, myös sekä esteettinen että hygieniaongelma, kun pannujen pinnat naarmuuntuvat ja niitä pinotaan kosteina. Esimerkiksi Norjassa palvelukeittiöihin lähetettävä ruoka pakataan kertakäyttövuokiin tai muovipussiin."

"Euroopasta ja maailmalta tulee uusia ratkaisuja, mutta vie aikaa, ennen kuin ne tulevat vakioksi", Heikki Koskinen lisää. "Ekologisuus ja energiansäästö edellyttävät vahvaa teknistä osaamista, ja esimerkiksi laitemaailmassa teknologia on viety tietotekniikan yleistymisen myötä pitkälle kuin autoissa konsanaan."

"Ekologisuus, siis sekä veden- että energiankulutuksen vähentäminen, on tosiaan tämän päivän ykkösjuttu", Minna Dammert tähdentää. "Kaikki laitetoimittajat ovat satsanneet tähän ja totta on, että etenkin vanhemmasta päästä laitteita olisi syytä uusia. Myös esimerkiksi hiilihappojäällä jäähdyttäminen on hyvin ekotehokas vaihtoehto, joka sopii varsinkin suurempiin yksiköihin. On kuitenkin muistettava, ettei ekotehokkainkaan laite yksinään säästä ympäristöä, vaan keittiön operatiiviset toimintamallit ratkaisevat keittiön ympäristörasituksen määrän."

"Ekologisuus, siis sekä veden- että energiankulutuksen vähentäminen, on tosiaan tämän päivän ykkösjuttu."

Millainen kokki, sellainen keittiö

"Keittiölaitteiden "hifismiin" suhtaudutaan kuitenkin kahdella tavalla. Monimutkaiset kokonaisuudet ja mukavuusvarustelu eivät tee autoistakaan yhtään sen toimintavarmempia", Koskinen muistuttaa.

"Osa kokeista on jo siirtymässä takaisin yksinkertaisiin laitteisiin, joissa ei paineta kuvaketta, vaan väännetään ihan konkreettisesti kahvasta. Pitkälle automatisoidut laitteet kun tahtovat mennä rikki juuri pahimmalla hetkellä. Varalaitteita ei löydy, eikä huoltopäivystys käytännössä toimi aina heti. Kaiken lisäksi useimmat ammattikeittiölait-

teet eivät ole isoja sarjavalmistustuotteita, vaan tilauksen mukaan valmistettuja, uniikkeja pieniä sarjoja. Siksi ne eivät välttämättä ole niin toimintavarmoja."

"Toisaalta on enää vaikea löytää laitteita ilman kosketusnäyttöä, mikrosiruja tai muistikorttia. IT ja kemia ovat ruuanlaitossa mukana niin vahvasti", Dammert toteaa. "Esimerkiksi IT-pohjainen omavalvonta on iso helpotus keittiössä työskenteleville. Kaikki mikä vähentää arvoa tuottamatonta työtä, on eduksi ja hyväksi asiakkaalle. Toinen asia sitten on, kuinka pieneen yksikköön high-techiä kannattaa asentaa, jotta sen käyttöaste ja kuoletusaste olisivat järkeviä."

"Julkisella sektorilla keittiö laitetaan usein viimeiseen nurkkaan, joka arkkitehdilta jää vapaaksi."

"Monet yksittäiset ravintoloitsijat eivät näe keittiösuunnittelua keskeisenä, eikä siihen satsata", Koskinen huomauttaa.

"Mutta edistystä tapahtuu, kun aletaan puhua laitteiden sijasta projekteista. Positiivinen piirre on, että monet kaupungit jo pyytävät kohteen pääsuunnittelijalta, että mukana olisi nimetty keittiösuunnittelija. Saatamme olla ruokapalveluselvitysten muodossa asialla jo ennen arkkitehtia. Eri catering-yritysten brändien tuntemus auttaa siinäkin, että varmistamme valintojen sopivan erilaisiin tuleviin kokonaisuuksiin kilpailutuksista huolimatta. Valittua talotekniikkaa on kuitenkin vaikeata muuttaa. Keittiö on yleensä hyvä, jos lattia ja ilmanvaihto ovat kunnossa, mutta jos esimerkiksi ilmanvaihtojärjestelmän jäähdytys karsitaan pois projektin loppuvaiheessa, siitä koituu ongelmia. Edullisesti rakentamalla saa sulan hattuunsa, mutta lopulta käyttökulut ja laitteiden ominaisuudet ovat ratkaisevia. Minä ainakin uskallan tarvittaessa ilmaista työmaakokouksissa sooraääneni ja sanoa, että kirjatkaa pöytäkirjaan, että keittiösuunnittelija on eri mieltä!"

"Julkisella sektorilla keittiö laitetaan usein viimeiseen nurkkaan, joka arkkitehdilta jää vapaaksi, jolloin neliöistä saa taistella", Dammert toteaa.

"Mutta ideologiamme on, että minimoimme tilat ja mietimme laajennusmahdollisuudet valmiiksi. Investointikustannusten ja käyttökustannusten yhteissumma on kuitenkin ratkaisevaa. Ja toki keittiösuunnittelun toimialaa vääristää se, että laitetoimittajat suunnittelevat kohteita merkittävän paljon. Ammattikeittiösuunnittelu on heille osa myynninedistämistä. Ilahduttavinta on kuitenkin, kun onnistumme karsimaan tilaajan kustannuksia keittiön toiminnallisuudesta tinkimättä", Dammert päättää.

Uuden ajan ammattikeittiöstä taitaa nousta harkitusti päivitetyn perinneleivän tuoksu. ■

PORKKA

Porkka Finland Oy on kansainvälisesti tunnettu kylmälaitevalmistaja.Tuotevalikoimaan kuuluu mm. suurtalouskaapit, vetolaatikot sekä kylmä- ja pakastehuoneet ammattikäyttöön.

Ovatko ympäristöystävällisyys ja vihreät arvot sinulle tärkeitä? Niin meillekin, **Future Plus R290**

- GWP lähes nolla
- 3 vuoden takuu
- kierrätys 99%

Lämpötilataltiointi

Porkka-tuotteiden lämpötilojen taltiointi on nyt entistä vaivattomampaa uuden taltiointijärjestelmän avulla! Tuotteen ohjauspaneeliin kiinnitettävä pieni lisälaite taltioi lämpötiloja 15 minuutin välein. Tallennetut tiedot luet helposti muistitikun avulla vaikkapa Excel-taulukosta.

Porkalta löydät myös laajan valikoiman omaa tuotantoa täydentäviä kylmä- ja pakastelaitteita. Tällaisia tuotteita ovat erilaiset juoma- ja viinikaapit, jääpala- ja – hilekoneet sekä kaupan kylmätiskit ja avokalusteet. Näistä tuotteista löydät varmasti parhaan vaihtoehdon, toimit sitten millä tahansa HoReCan osa-alueella.

Porkka Finland Oy
Soisalmentie 3, 15860 Hollola
puh. 020 5555 12, fax: 020 5555 497
www.porkka.fi, porkka@huurre.com

MELU KURIIN KEITTIÖSSÄ

Ammattilaiskeittiöissä melua on vaikea välttää. Laitteet, normaalit työn äänet ja erityisesti astiahuolto synnyttävät välillä koviakin ääniä. Työturvallisuuden kannalta keittiötilojen melutaso ei saisi ylittää 85 desibeliä, mikäli kuulosuojaimia ei ole käytössä. Työviihtyvyyden kannalta desibelitason olisi oltava vieläkin alhaisempi. Tampereen Technopoliksen Aleksis-ravintolan keittiössä ääniympäristöstä tehtiin niin hyvä, ettei melua tule edes ajatelleeksi.

TEKSTI: PÄIVI EKDAHL KUVAT: KARI PALSILA

KAKSI JA PUOLI VUOTTA sitten valmistunut Aleksis-ravintola hohtaa vielä uutuuttaan. Tilat ovat huippumodernit ja laitteet uusinta tekniikkaa. Se ei kuitenkaan yksin riitä hyvän ja turvallisen työskentely-ympäristön luomiseen.

"Meillä on iso keittiö, 250 neliötä, ja henkilökuntaa joskus jopa parikymmentä yhtä aikaa töissä. Vaikka laitteet ovat todella hiljaisia, ne ovat useimmiten kaikki päällä yhtä aikaa. Laitteet ja työn äänet synnyttävät pakostakin melua", ravintolapäällikkö Sari Nieminen kertoo.

Oikeanlaisella vaimennuksella melutasoja voidaan kuitenkin laskea. Tampereen Technopoliksessa akustiikkasuunnittelu oli kiinteästi mukana rakennusprojektissa alusta saakka, ja kuhunkin tilaan suunniteltiin tarkoituksenmukainen ääniympäristö. Erityishuomiota kiinnitettiin keittiötiloihin.

"Laitteet ja työn äänet synnyttävät pakostakin melua."

"Kovat pinnat, joita keittiötiloissa on paljon, eivät käytännössä vaimenna ääntä lainkaan. Siksi tarvitaan huokoisia, hyvin vaimentavia eli absorboivia materiaaleja. Meluisissa tiloissa ääntä vaimentavaa materiaalia pitäisi olla mahdollisimman paljon, käytännössä koko kattopinta-ala", kertoo akustiikkasuunnittelusta vastannut suunnittelujohtaja Mikko Kylliäinen Helimäki Akustikoista.

Rauha myös ruokailijoille

Keittiössä syntyvä melu ei vaikuta ainoastaan tiloissa työskenteleviin vaan saattaa levitä myös ravintolasaliin. Useimmiten keittiöstä on avoimia tiloja ja näköyhteys ravintolan puolelle vähintään astianpalautuspisteessä. Aleksis-ravintola on siitä tyypillinen esimerkki.

"Jos keittiötiloissa ei ole riittävää äänenvaimennusta, melu kantautuu myös ruokasaliin. Ruokailuhetken pitäisi olla rauhoittava ja vir-

”Kovat pinnat, joita keittiötiloissa on paljon, eivät käytännössä vaimenna ääntä lainkaan.”

kistävä tauko työpäivässä, ja hälinän keskellä ruokailtaessa näin ei ole. On siis asiakkaidenkin etu, että keittiötilojen akustiikka on kunnossa”, Kylliäinen painottaa.

Tampereen Technopoliksessa myös ravintolasalin koko kattopinta on akustoitu.

Keittiöiden materiaaleille tiukat hygieniavaatimukset

Keittiötiloissa pintamateriaaleille on muita tiloja tiukemmat hygieniavaatimukset. Pintamateriaalien täytyy olla likaa hylkiviä ja pestäviä, mikä on huokoisille akustiikkamateriaaleille haaste. Aleksis-ravintolan keittiötiloihin valittiin Ecophonin Hygiene-sarjan akustiikkalevyt, jotka on suunniteltu erityisesti korkean hygienian tiloihin. Lian ja rasvan hylkimisen lisäksi Hygiene-levyissä on hyvä kosteudensieto, ja ne ovat helposti puhdistettavia ja desinfioitavia. Äänenvaimennus on tuotteissa korkeinta mahdollista tasoa.

”Olemme työskennelleet tiloissa nyt kaksi ja puoli vuotta, eikä katon akustiikkalevyjä ole vielä tarvinnut pestä”, Nieminen kertoo.

Kahdentoista hengen työporukka on ollut myös ääniympäristöön erittäin tyytyväinen. Onnistunutta ääniympäristöä kuvaa parhaiten se, ettei henkilökunta ole kiinnittänyt siihen huomiota ennen kuin kysyttäessä.

”Ruokailuhetken pitäisi olla rauhoittava ja virkistävä tauko työpäivässä, ja hälinän keskellä ruokailtaessa näin ei ole.”

”Parasta uusissa tiloissamme on viihtyisyys, joka tulee nimenomaan äänimaailman kautta. Verrattuna muihin keittiötiloihin, joissa olen työskennellyt, äänimaailma on täällä pehmeämpi eikä kovaa melua ole.”

Työterveyshuolto on käynyt Aleksiksessa mittaamassa desibelitasoja, jotka osoittautuivat hyviksi. Kovin ääni, 85 desibeliä, syntyi asianpesukoneen luona kahden lautasen kilahtaessa toisiinsa, mutta muutoin yleinen äänitaso on 60–70 desibeliä.

”Se kuulostaa hyvältä akustikonkin korvaan”, Kylliäinen sanoo. ■

PUHTAUS ON YHÄ PUOLI RUOKAA

AMMATTIKEITTIÖSSÄ RIEHUU NYT MIKROKUITUMOPPI JA LIKI VEDETÖN VALLANKUMOUS

TEKSTI: LAURA LAAKSO
KUVAT: SINI PENNANEN

Kun ammattikeittiötä suunnitellaan, puhtaanapidon toiminnallisuuteen ja hygieniaan kytkeytyvät vaatimukset ovat eittämättä yksi tärkeimmistä suunnittelua määrittävistä lähtökohdista.

”Pintojen on oltava vihamielisiä mikrobeille.”

PINTOJEN ON oltava vihamielisiä mikrobeille, työskentely- ja siivoustilojen on syytä olla tarpeeksi tilavia ja ergonomisesti vaivatta hallittavissa ja työvälineiden helposti liikuteltavia, varastoitavia ja niin huollettavia kuin puhdistettaviakin.

Jokaisesta keittiöstä on löydyttävä omavalvontasuunnitelma. Ympäristönäkökulma on niin ikään tänä päivänä lähtökohta, jota ei voi sivuuttaa, ja siksi uusia työskentelymetodeja ja ekologisia ratkaisuja ilmestyy tarjolle taajaan esimerkiksi veden ja pesuaineiden käytön vähentämiseksi.

SOL Siivouspalvelujen elintarvikkeista, kunnista ja sairaaloista vastaava asiakkuusjohtaja Camilla Ottosson kertoili kuulumisia ajantasaisen ammattikeittiön puhtaanapidosta.

”Ympäristöarvot ovat tänä päivänä tärkeitä, mutta myös käytännöllisyyttä ja työnteon ergonomiaa on mietittävä”, Ottosson kertoo.

STARDUST

IMEYTYSJAUHE

Siivoaa pois sekä kovilta että tekstiilipinnoilta nesteet ja puoliksi nestemäiset aineet esim:

- *Oksennus, ulosteet, vesi*
- *Punaviini, ketsuppi*
- *Erilaiset elintarvikerasvat ja -öljyt*
- *Hillot, hyytelöt, hunaja, siirappi*
- *Rasvat*
- *Kaikki kemikaalit ja liuottimet*
- *Vesi-, öljy- ja epoksipohjaiset maalit*
- *Polttoaineet, öljyt*

Turvallinen käyttää myös elintarviketiloissa

27.–28. HELMIKUUTA 2013 | HELSINGIN MESSUKESKUS
MYYMÄLÄ 2013
easyFairs

Tervetuloa osastollemme 1e10

ALFA-KEM OY-AB

www.alfa-kem.fi

”Ammattikeittiön lattioiden suhteen tärkeitä ovat materiaalit sekä riittävän suuret ja hyvät lattiakaivot sekä kunnon kaadot.”

Entistä enemmän olisi siis mietittävä ammattikeittiötä myös sen henkilön kannalta, joka tilat siivoaa. ”Parasta olisi, jos puhtaanapidon edustaja olisi jo alun perin mukana suunnittelutiimissä. Varmistettaisiin, että esimerkiksi kalusteet olisivat helposti siirrettäviä ja että vaikkapa valaistus olisi aamuyöstäkin siivottaessa riittävä. Siivousvälineille ja niiden puhdistamiselle varatun siivouskeskuksen pitäisi olla myös kunnollisen kokoinen, ei siis pelkkä pieni siivouskomero, kuten usein näkee.

Kaiken kaikkiaan ammattikeittiöissä osataan jo aika hyvin esimerkiksi pöytäpinnat puhdistaa, kunhan muistettaisiin vielä kosketuspinnatkin, kuten vaikkapa ovenkahvat. Eikä sovi unohtaa, että hyvät leikkuulaudat ja omat työvälineet broilerin, lihan ja kasvisten käsittelylle ovat kaiken a ja o”, Ottosson muistuttaa. ■

”Keittiön ergonomia käsittää paitsi siellä työskentelyn ja siivouksen, myös turvallisuusnäkökohdat. Lisäksi keittiön pintojen on oltava oikeanlaiset, usein rosteria, jotta bakteereille ei ole tarjolla kasvualustaa. Esimerkiksi kylmähuoneissa käytetyt materiaalit ovat hygienian kannalta hyvin tärkeitä.”

Kylmähuoneiden on Ottossonin mukaan hyvä olla myös riittävän kokoisia, sillä esimerkiksi erilaisia allergioita ja sitä myöten erikoisruokavaliotuotteita on kylmänä pidettäväksi paljon. Kylmiöissä on myös syytä olla reilun kokoiset ovet, jotta rullakot mahtuvat helposti sisään ja ulos nopeiden jäähdytysten varmistamiseksi.

”Ammattikeittiön lattioiden suhteen tärkeitä ovat materiaalit sekä riittävän suuret ja hyvät lattiakaivot sekä kunnon kaadot. Lattioiden pesussa tulisi käyttää tarpeeksi tehokasta ja ympäristömerkittyä puhdistusainetta tarkalla annostuksella.”

Myös astianpesussa automaattinen annostelu ja tiivisteet ovat tätä päivää.

Vettä, sähköä ja pesuainetta säästyy, kun aineet ovat tarpeeksi tehokkaita. Tällöin esihuuhteluilta ja useilta pesukerroilta vältytään. ”Tehokkuus sekä aineissa että koneissa on tärkeää. Hyvän konepesun jälkeen astioita ei tarvitse esimerkiksi käsin kuivata”, Ottosson huomauttaa.

Vikan – värikoodatut hygieniasiivousvälineet
Hygieeniset liinat elintarviketeollisuuteen ja suurkeittiöihin
Havulinn – kompostoitava liina saatavana 2 rll/pss
Hygilinn – saatavana rullana sekä 5 kg:n säkeissä

Meiltä myös ammattisiivousvälineet, asusteet ja saappaat

Hygi Tex
Ratakatu 6, 10300 Karjaa
Myyntipalvelu (019) 278 5060, fax. (019) 278 5070
info@hygitex.fi www.hygitex.fi

MAINOS

Rajatorpan koulun keittiössä hymy on edelleen yhtä herkässä Seppo Heikkisen lisäksi ruokapalveluvastaava Tuire Laukkasella kuin pienessä kuvassa Seppo Heikkisellä ja Markku Sundströmillä vasta valmistuneella lattialla.

Normaalia laadukkaampaa materiaalia

- Keittiössä työskentelyhän on ollut suorastaan juhlaa, kuvasi ruokapalveluvastaava Tuire Laukkanen lähes ensimmäiseksi, sillä hän siirtyi Vantaan kaupungin Rajatorpan koulun keittiöön muutama vuosi sitten vanhasta keittiöstä.

Keittiökalusteita kestävämpi

Eikä ihme, sillä keittiön lattian merkittävyys tiedostettiin hyvin jo suunnitteluvaiheessa. Vantaan kaupungin korjausyksikön työmaainsinööri Seppo Heikkinen piti huolta, että koulun keittiön lattia sai normaalia laadukkaampaa materiaalia.

- Halusimme, että koko keittiön uudistuksen jälkeen lattiapinnoite olisi kestävämpi kuin keittiökalusteet. Silloin pinnoitteesta kannattaa maksaakin enemmän, sillä lattia on keittiön toimivuuden kannalta tärkein elementti, Heikkinen totesi.

Helppo puhdistaa

Lähes kymmenvuotiaassa lattiapinnoitteessa on vaikea havaita käytön jälkiä, vaikka keittiö ruokkii koulupäivinä noin 300 lasta.

- Tämä lattia on helppo puhdistaa. Päivittäin tarvitaan vain vesihuuhtelu ja kerran viikossa pestään harjan kanssa. Jos lattialle tippuu jotain isompaa, se on toki pestävä heti pois, kertoi Laukkanen.

Seisovaa ja roiskuvaa vettä

Rajatorpan koulun keittiön lattia on pinnoitettu vuonna 2003. Samalla purettiin osa lattiapintaa kosteusvaurioiden takia. Pinnoitteen rasituksia ovat vesipesu, seisova ja roiskuva vesi tiskihuoneessa sekä normaali keittiöliikenne.

Teksti ja kuvat Sonja Sihvola

Acrylicon Dekor - ainutlaatuinen ja kustannustehokas lattiaratkaisu

Vanhetessaan lattiapinnoite menettää siltä vaadittavat tekniset ominaisuutensa, kuten kulutuskestävyyden ja puhtaana pidettävyyden. Kuluneen ja epähygieenisen lattiapinnoitteen uusiminen aiheuttaa katkoksia tuottavaan toimintaan. Tästä syntyy ylimääräisiä kustannuksia.

Ainutlaatuisen reseptinsä ansiosta Acrylicon-hartsi säilyttää pehmittimet sekä muut lisäaineet, jotka estävät pinnoitetta haurastumasta. Laadukas sideaine ja täyteaine sekä niiden oikea seossuhde takaavat valmiille pinnoitteelle suuren kulutuskestävyyden. Siitä kertoo mahdollisimman korkea puristuslujuusarvo.

Acrylicon Dekor on haurastumaton lattiapinnoite, jolla on suuri kulutuskestävyys. Sitä ei tarvitse uusia ja se kestää pitkään säilyttäen tekniset ominaisuutensa. Todistettavasti pitkäikäisen lattiapinnoitteen vuosikustannus sekä lattiasta aiheutuvat huolto- ja korjauskustannukset jäävät alhaisiksi.

Acrylicon Dekor kestää paisto- ja eläinrasvoja sekä pesukemikaaleja. Pariloiden ja tiskialueiden edustat sekä lattiakaivojen ympärystät säilyvät ehjinä ja siisteinä.

Acrylicon Dekor on myös ympäristöystävällinen ratkaisu, koska pitkäikäisenä ja helppohoitoisena pinnoitteena se säästää pesukemikaaleja ja energiaa.

Tuotteella on ISEGA Hygieniasertifikaatti, joka takaa, ettei pinnoitteesta pääse haitallisia aineita elintarvikkeisiin (EU:n säädös nro 1935/2004).

MITÄ UUTTA KYLMÄLLÄ RINTAMALLA?

PORKKA FINLAND OY KONEISTAA AMMATTIKEITTIÖITÄ VUOSIKYMMENTEN KOKEMUKSELLA

TEKSTI: LAURA LAAKSO

Jäätävän hyviä pakastimia ja kylmän viileää jäähdytysosaamista. Porkka Finland Oy on suunnitellut ja valmistanut laadukkaita kylmälaitteita kotimaan markkinoille ja kansainväliseen vientiin jo puolen vuosisadan ajan.

KATTAVASTI ELINTARVIKKEIDEN säilytykseen, käsittelemiseen, tutkimukseen ja myyntiin soveltuvat kalusteet ovat löytäneet tiensä ammattikeittiöihin, ravintoloihin, sairaaloihin ja vähittäiskauppoihin eri puolille Eurooppaa.

Jatkuva tuotekehitys on pitänyt perinteikkään yrityksen kylmäbisneksen eturintamassa koleiden tuulten puhaltaessa milloin mistäkin suunnasta ja uusien, ympäristöystävällisten arvojen haastaessa yhä innovatiivisempiin teknologisiin ratkaisuihin.

”Ekologisuus ja vihreät arvot sekä energiankulutuksen pudottaminen ovat tänä päivänä ne suurimmat haasteet laitesuunnittelussa”, kertoo Porkka Finland Oy:n kotimaan myyntipäällikkö Lauri Hindström.

”Ekologisuus ja vihreät arvot sekä energiankulutuksen pudottaminen ovat tänä päivänä ne suurimmat haasteet laitesuunnittelussa.”

”Me tuotamme laitteita niin HoReCa-puolelle kuin Med-puolelle sairaala- ja laboratoriokäyttöön, ja olemme tällä hetkellä ainoa yritys, joka käyttää kaikkiin kylmälaitteisiinsa – siis myös kylmähuoneisiin – ympäristöystävällistä R290- kylmäainetta. F-kaasuasetuksen rajoittaessa ympäristölle haitallisten kylmäaineiden käyttöä hiilivetykylmäaine R290 on hiilivetynä vaaraton otsonikerrokselle (GWP3) ja lisäksi täysin kierrätettävä.”

Euroopan komissio laatii parhaillaan ammattikylmälaitteille Ecodesignasetusta, jonka rinnalla tullaan käyttämään kaapeissa myös energiatehokkuusmerkintöjä. Vuodesta 2014 alkaen vaiheittain käyttöön otettavalla asetuksella ammattikylmälaitteet jaetaan tuoteryhmiin, joita säädetään useampiportaisilla vaatimuksilla.

Ecodesignasetuksen erityisiä vaatimuksia ovat määritetyt raja-arvot, kuten suurin sallittu energiankulutus tai kierrätettävien materiaalien minimimäärä. Yleiset vaatimukset taas saattavat edellyttää laitteen olevan energiatehokas tai kierrätettävissä oleva harmonisoitujen EU-standardien mukaisesti.

Valmistajan voidaan myös edellyttää toimittavan laitteen mukana käyttö- ja huolto-ohjeita ympäristöhaittojen minimoimiseksi tai tekevän elinkaarianalyysin parempien teknisten ratkaisujen löytämiseksi.

Kun Ecodesign-asetusten tavoitteena on entistä energiatehokkaampien ja elinkaariominaisuuksiltaan ympäristöystävällisempien tuottei-

den saattaminen EU-alueen markkinoille, kohdistuu ammattikeittiöiden kannalta suurin mielenkiinto etenkin pikajäähdytys- ja pikapakastuslaitteisiin, ammattikäyttöön tarkoitettuihin kylmä- ja pakastekaappeihin sekä walk-in -huoneisiin.

”Puolivalmisteita käytetään entistä enemmän, eikä hygieniasta voida tippaakaan tinkiä.”

Kohti kylmempää

”Suurtalouspuolella satelliittikeittiöt ovat lisänneet kylmälaitteiden tarvetta ja ruokaravintolapuolella taas jäähdytys ja pakastus edellyttävät laitteilta enemmän”, huomauttaa Lauri Hindström. ”Puolivalmisteita käytetään entistä enemmän, eikä hygieniasta voida tippaakaan tinkiä.”

Jäähdytys- ja pakastuslaitteet on ensisijaisesti tarkoitettu kuuman ruoan jäähdyttämiseen alle +6°C:een tai kylmemmäksi, jos ruuan säilyminen sitä vaatii, tai sitten ruuan pakastamiseen –18°C:een tai sitä kylmemmäksi. Toistaiseksi energiatehokkuus ei ole ollut näiden laitteiden pääasiallinen myyntiargumentti, vaan käyttäjät ovat olleet pikemminkin kiinnostuneita elintarvikehygieniasta ja alhaisesta hankintahinnasta.

Ammattikäyttöön tarkoitetut kylmä- ja pakastekaapit taas on laaja tuoteryhmä, joka pitää sisällään perinteisten kaappien lisäksi myös kylmätyöpöydät, jäähdytetyt linjastokalusteet ja pakastearkut.

Ecodesignasetusten myötä laitteet tulevat saamaan energiatehokkuusmerkinnät 7-portaisella asteikolla A:sta G:hen. Myöhemmässä vaiheessa G-luokan laitteet tullaan kieltämään ja tilalle astuu entistä tehokkaampi energialuokka A+.

Walk-in -huone määritellään kylmänä tai pakasteena säilytettävien ruokien tai muiden helposti pilaantuvien tuotteiden säilyttämiseen tarkoitetuksi tilaksi, joka on varustettu ainakin yhdellä niin suurella ovella, että siitä voi ihminen kulkea. Ecodesign-asetus tullee kattamaan kaikki alle 400-kuutioiset tilat ja tiloille asetettaneen rakenteellisia vaatimuksia muun muassa vähimmäiseristearvojen ja kylmäsiltojen suhteen sekä toimenpiteille ilman sisäänvirtaamisen estämiseksi.

”Laitteiden teknistymisen suhteen on havaittavissa oikeastaan kaksi kuppikuntaa aina high-techistä selkeän yksinkertaiseen”, Lauri Hindström toteaa. ”Me Porkalla olemme pysyneet perusasioissa ja pyrimme tuottamaan keittiöille helppokäyttöisiä, pitkäikäisiä ja kestäviä laitteita.” ■

Lähteenä lisäksi: Porkka Finland Oy
Ari Kahrola: Ammattikylmälaitteiden Ecodesign-vaatimukset

RUOKAHÄVIKIN PIENENTÄMINEN HAASTAA KOKO ELINTARVIKEKETJUN

TEKSTI: MARKKU SUMMA
KUVAT: SINI PENNANEN

Suomalaisen elintarvikeketjun ruokahävikki on Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskuksen keväällä 2012 valmistuneen selvityksen mukaan noin 400 miljoonaa kiloa vuodessa. Se on yli kymmenesosa kaikesta kulutetusta ruoasta.

”Suuri määrä jätteeksi menevää ruokaa ei ole kenenkään etu.”

SUURI RUOKAHÄVIKKI on sekä taloudellisesti että ekologisesti kestämätöntä. Jätteeksi päätyvän ruoan raaka-aineiden tuotannosta ja prosessoinnista aiheutuneet ympäristövaikutukset syntyvät turhaan.

Yksinkertaisimpia keinoja vähentää elintarvikeketjun ympäristövaikutuksia ja parantaa materiaalitehokkuutta on ehkäistä ruokahävikkiä. Se on keskeinen haaste elintarvikeketjun jokaiselle lenkille.

Vaikka vuosittaisen hävikin määrä tuntuukin suurelta, Suomi ei silti kuulu tässä lajissa kärkimaihin Euroopassa. Esimerkiksi kotitalouksissamme ruokahävikki on vain 20–30 kiloa henkeä kohti, kun se joissakin muissa EU-maissa on jopa 76 kiloa.

Globaalisti elintarvikeketjun materiaaleista menee FAO:n arvion mukaan hukkaan vuosittain jopa kolmannes.

Ensimmäinen arvio ruokahävikistä

Vuoden 2012 huhtikuussa päättyneessä MTT:n Foodspill I- hankkeessa tehtiin ensimmäinen valtakunnallinen kokonaisarvio ruokahävikistä; erityisesti tutkittiin sen määrää ja laatua.

”Koska kansainvälisten tutkimusten mukaan suurimmat hävikit syntyvät kotitalouksissa ja ravintolapalveluissa, keskitimme mittaukset niihin, mutta hävikkitietoja kerättiin myös elintarviketeollisuudelta ja kauppaketjuilta”, tutkija Kirsi Silvennoinen sanoo.

”Nyt kauppojen on helpompi lahjoittaa päiväysvanhaksi menevää ruokaa avustusjärjestöille.”

Suomalaisessa ruokaketjussa haaskataan keskimäärin 330–460 miljoonaa kiloa syömäkelpoista ruokaa vuodessa. Eniten hävikkiä syntyy kotitalouksissa, joissa heitetään vuosittain eri syistä pois yhteensä 120–160 miljoonaa kiloa alun perin syömäkelpoisia elintarvikkeita.

”Ensimmäisten tutkimustulosten perusteella elintarviketeollisuudessa syömäkelpoista hävikkiä syntyy 75–140 miljoonaa kiloa vuodessa.”

Kauppojen ruokahävikin arvioidaan olevan 65–75 miljoonaa kiloa eli jopa 14 kiloa jokaista suomalaista kohden vuodessa.

Laitoskeittiöissä ylivalmistus yleistä

Myös suurtalouskeittiöissä syntyy ruokahävikkiä; vuosittain noin viidennes, 14–16 kiloa henkilöä kohti valmistetusta ruoasta heitetään pois. Yhteensä se on noin 75–80 miljoonaa kiloa.

Hävikkiä näyttää Silvennoisen mukaan syntyvän liikaa valmistetun ruoan takia niin kunnallisissa kuin yksityisissäkin ruokapalveluissa. Linjastoa varten tehdään ruokaa, joka ei tulekaan syödyksi.

”Jos pystyttäisiin vähentämään esimerkiksi 10 prosenttia ravitsemispalveluissa tapahtuvaa ruokahävikkiä, se olisi 8 miljoonaa kiloa vuodessa. Siitä koituisi merkittävä taloudellinen säästö.”

Mitä keinoja on hillitä ruokahävikkiä ja optimoida elintarvikkeiden käyttöä? Parempi ennakointi, jaksoittainen valmistus, jätteiden mittaaminen ja seuranta sekä ruokalistan laatiminen siten, että hävikin minimointi otetaan huomioon.

”Useissa kunnallisissa palveluissa on kampanjoitu asiakkaiden lautastähteen vähentämiseksi. Kuitenkin myös suurimpaan syyhyn eli tarjoilutähteen vähentämiseen on tärkeää puuttua. Lautastähde on asiakkaiden lautasilleen jättämä ruoka, kun taas tarjoiluhävikki on linjastoa varten valmistettu ruoka, joka heitetään pois lounasajan jälkeen.”

Kouluttakaa lisää henkilökuntaanne

Silvennoisen pääviesti suurtalouskeittiöille on: ryhtykää mittaamaan ruokahävikkiä ja kouluttakaa henkilökuntaa entistä enemmän, jotta asenteet muuttuvat.

”Elintarvikeketjun eri toimijoilta löytyy kyllä vastuullisuutta ja tahtotilaa muutokseen. Hävikki halutaan pienemmäksi, koska suuri määrä jätteeksi menevää ruokaa ei ole kenenkään etu.”

Hävikin pienentäminen on tärkeää monestakin syystä. Maapallon väestön kasvaessa ruoantuotantoa on tehostettava, koska viljelyalaa ei ole mahdollista lisätä vaarantamatta esimerkiksi luonnon monimuotoisuutta. Lisäksi kun suuri osa väestöstä näkee nälkää, on eettisesti väärin heittää syömäkelpoista ruokaa roskiin.

”Tavoitteena on puolittaa ruokahävikki ja vähentää elintarvikeketjun resurssien käyttöä viidenneksellä vuoteen 2020 mennessä.”

Syksyllä maa- ja metsätalousministeriö ja Elintarviketurvallisuusvirasto Evira päättivät höllentää elintarvikkeiden viimeisen käyttöpäivän sääntöjä. Nyt kauppojen on helpompi lahjoittaa päiväysvanhaksi menevää ruokaa avustusjärjestöille.

Selvittääkseen kotitalouksien ruokahävikkiä MTT on käynnistänyt KURU-hankkeen. Hankkeessa selvitetään ruokahävikin syitä ja määriä, mitkä keinot hävikin vähentämiseen tuntuvat kuluttajista tehokkaimmilta ja helpoimmilta tai mitä keinoja he ovat itse mahdollisesti jo käyttäneet.

EU haluaa puolittaa ruokahävikin

EU käynnisti elokuussa neljän vuoden mittaisen FUSIONS-hankkeen, joka kerää yhteen EU-maiden tiedon ja kokemukset ruokahävikin vähentämisestä. Lisäksi tarkoitus on kehittää uusia ideoita ja malleja, joilla hävikkiä voidaan estää tehokkaammin.

”Ruokahävikin määrän mittaaminen on ollut vaikeaa, koska samassakin maassa eri toimijat käyttävät erilaisia mittausmenetelmiä ja määritelmiä ruokahävikille. Tästä syystä on ollut vaikeaa saada vertailukelpoista tietoa”, Silvennoinen sanoo.

”Tavoitteena on puolittaa ruokahävikki ja vähentää elintarvikeketjun resurssien käyttöä viidenneksellä vuoteen 2020 mennessä. Kaikkien jäsenvaltioiden ruokahävikkipolitiikalle on tarkoitus laatia yhteiset suuntaviivat.”

Hankkeessa tullaan antamaan suosituksia kuten esimerkiksi yhdenmukaiset viimeisen myynti- tai käyttöpäivän ilmaisemat merkinnät, elintarvikkeiden myyntiajan pidentymiseen johtavat innovaatiot. Suomessa hanketta koordinoi MTT.

Euroopan parlamentti – tehdäkseen asiaa tunnetuksi – nimesi vuoden 2014 ”Euroopan teemavuodeksi ruokajätettä vastaan”. ■

KORPELA

Kotoisia herkkuja suurkeittiön ammattilaisille

- maukas ja laaja valikoima valmistuotteita
- säästät aikaa ja vaivaa
- aina onnistunut lopputulos
- helppokäyttöisyys nopeuttaa annosten valmistamista

RAVINTOLA2013
27.-28.02.2013
Helsingin Messukeskus

Tervetuloa tutustumaan
Lihajaloste Korpelan maukkaaseen ja
laajaan valikoimaan osastolle 3a24

Mausta sen muistat
www.lihajaloste-korpela.fi

KIILTO®

Ammattilaisille - vastuullinen ja suomalainen

KiiltoClean oy
Tengströminkatu 6, PL 157, 20101 TURKU
puh. 0207 710 400 • www.kiiltoclean.fi

POROA SARVISTA

TEKSTI: ARTO K. KOSKELO

KUVA: RODEO.FI

Poro nauttii erikoisesta asemasta eteläsuomalaisen sielunmaisemassa. Kun maahan pöllähtänyt turisti tiedustelee, mitä suomalaista ruokaa hänen tulisi kokeilla, paikallinen kehottaa maistamaan poroa. Mikäpä siinä suositellessa, sillä arktisen elikon liha on herkullisen makuista. Siihen nähden on kummallista, kuinka vähän suosittelija todennäköisesti itse syö poroa, mikäli satunnaista puolukkahillon kanssa hotkaistua käristystä ei lasketa.

”Miksi poroa syödään niin kitsaasti? Onko syy etelän ihmisissä vaiko Lapin poromiehissä?”

KUVAT: POLARICA

SUOMALAINEN NAUTISKELEE keskimäärin noin puoli kiloa poroa vuodessa, mikä tarkoittaa käytännössä yleensä kahta annosta poronkäristystä. Samassa ajassa syödään yli kolmekymmentä kiloa possua ja nautaakin toista kymmentä. Miksi poroa syödään niin kitsaasti? Onko syy etelän ihmisissä vaiko Lapin poromiehissä? Onko poro edelleen parasta? Asia tulee selvittää aikailematta.

Aloitetaan vyyhdin penkominen Helsingistä, kotimaisilla raaka-aineilla maineeseen nousseesta ravintola Juuresta. Ravintoloitsija Ilja Björs yllättää avauksellaan: ”Kun Juuri avattiin, emme tarjonneet poroa missään muodossa viiteen ensimmäiseen vuoteen, vaikka keskitymmekin nimenomaan suomalaisiin raaka-aineisiin”, hän toteaa.

Toimittaja epäilee hetken törmänneensä eteläsuomalaiseen porovihaajaan, joka haluaisi irrottaa Lapin Suomesta ja kieltää käristyksen lailla, mutta Björs hälventää pelot paljastamalla pitävänsä porosta. ”Pidän älyttömästi porosta, mutta halusimme uudistaa ajatusta suomalaisesta ruoasta leimaantumatta ainoastaan Lappiin. Juuren idea

oli osoittaa, että kotimainen ruoka on muutakin kuin Tenon lohta ja poronkäristystä. Suomi on iso maa ja suomalainen ruoka kaipasi tuolloin mielestämme laventamista Lapista etelään päin", hän toteaa.

Sittemmin Björs on raottanut porolle keittiönsä ovea. Asiakkaille on tarjottu muun muassa poron savustettua sydäntä, terriiniin jauhettua maksaa ja pitkään haudutettua vasan potkaa. Käristystä hän ei silti ota listallaan. "Se ei ole kovin jännittävä tuote, eikä ole kiinnostava Juuren näkökulmasta", hän toteaa.

Ravintoloitsija lienee oikeassa käristyksen jännittävyyden suhteen, mutta eihän makaronilaatikkokaan ole tunnettu kiinnostavuudestaan ja silti sitä valmistetaan kotikeittiöissä taajaan. Miksei Pohjois-Suomen poro ole onnistunut valloittamaan eteläsuomalaisten mieliä ja ruokapöytiä samalla tavalla kuin vaikkapa Itä-Suomesta ponnistava karjalanpiirakka?

"Miksei Pohjois-Suomen poro ole onnistunut valloittamaan eteläsuomalaisten mieliä ja ruokapöytiä samalla tavalla kuin vaikkapa Itä-Suomesta ponnistava karjalanpiirakka?"

Selvitystyö voi jatkua vain yhdellä tavalla: puhelinsoitolla kaamoksen pimentämään Lappiin. Langan päässä on Hannu Lahtela, Sallan villiporon toimitusjohtaja. Hän toimittaa poroherkut Björsin isännöimään Juureen ja moneen muuhun pääkaupungin huippuravintolaan. "Poronlihan jalostus on lopulta melkoisen nuorta toimintaa, vain muutamia vuosikymmeniä vanhaa", Lahtela kertoo.

Vaikka poroelinkeino on vuosisatoja vanha, modernin jalostuksen puutteen vuoksi poronliha tapasi jäädä pitkälti Lappiin. Seikka saattaa Lahtelan mukaan selittää poron asemaa markkinoilla. Se on edelleen eräänlainen tulokas.

Toinen syy löytyy määrästä. Puolivillinä kirmaava poro tarvitsee paljon tilaa vaeltaessaan ravinnon perässä. Sitä ei voi tehotuottaa. Lahtela on myöntyväinen.

"Poroa saadaan vuosittain todella vähän. Vuodessa teurastetaan noin satatuhatta poroa. Sitä ei ole perinteisesti riittänyt vientiin asti oikeastaan lainkaan. Isot toimijat tuovat itse asiassa lihaa Venäjältä, koska kotimaisia poroja ei ole tarjolla tarpeeksi", Lahtela kertoo.

Kukaties poro ei ole säännöllinen vieras Etelä-Suomen ruokapöydissä yksinkertaisesti siksi, että se on harvinainen raaka-aine oikeastaan millä mittapuulla tahansa? Sikoja teurastetaan vuosittain yli 20 kertaa enemmän kuin poroja, siis kaksi miljoonaa. Se on kymmenen kertaa enemmän kuin maassa on poroja kaikkinensa, vaikka joka ikinen lahdattaisiin.

Oman lovensa saatavuuteen tekevät pedot, jotka varmistavat, että eläimet päätyvät usein parempiin suihin. "Viime aikoina peto-ongelma on käynyt todella suureksi. Saalistajien suuhun menee jopa 20 000 eläintä vuodessa. Petoeläimet nauttivat EU:n erityissuojeluksesta, joten kantoja ei voida juurikaan rajoittaa. Sudet, ahmat, ilvekset ja karhut ovat säännöllisiä vieraita", Lahtela harmittelee.

Vielä kahdeksankymmentä luvulla ahma kiikkui sukupuuton partaalla. Nyt niitä liikkuu luonnossa toista sataa. Ahma on pelastettu karulta kohtalolta, mikä heijastuu kielteisellä tavalla poromiesten elinkeinoon. Ahmaakin suurempi riesa ovat laumoissa liikkuvat sudet, joita löytyy Lapista kaksi kertaa niin paljon kuin ahmoja.

”Poronlihan jalostus on lopulta melkoisen nuorta toimintaa, vain muutamia vuosikymmeniä vanhaa.”

Poron erityisyys alkaa valkenemaan. Mikä muu eläin kasvaa puolivillinä luonnossa, syö luonnonmukaista ravintoa, ja joutuu väistelemään samalla petoeläimiä? Espanjan possuylpeys jamón ibérico de bellota tietenkin jaloittelee osan vuodesta vapaana ja popsii tammenterhoja, mutta ahmoista sen ei tarvitse huolehtia. Poro on poikkeuksellinen Euroopan mittapuulla.

Soitetaan Polarican riistapastorina tunnetulle Petri Huhdalle, jonka elämäntehtävä on saarnata ihmisille poron iloista. Hän jos kuka osaa auttaa meitä ymmärtämään poron kummallisuutta. ”Tiesitkö, että 40 % Suomen maapinta-alasta on itse asiassa poronhoitoaluetta? Kyllä, Lappi on melkoisen iso maakunta”, Polaricalle työskentelevä Huhta toteaa.

Se on melkein puolet Suomen pinta-alasta. Ehkäpä poroa ei ole syytä ajatella eksoottisena maakuntatuotteena, jota kuuluu syödä vain tunturimaisemissa?

”Juuri näin, ei missään tapauksessa. Poro on suomalainen huippuraaka-aine. Ongelmana oli pitkään tarjottujen tuotteiden yksitoikkoisuus. Poro oli synonyymi käristykselle. Pian kauppoihin on tulossa muun muassa poron osso buccoa. Ulkofilettä, sisäfilettä ja paistia onkin ollut saatavilla jo tovin. Vielä kun saataisiin kauppiaat ottamaan poroa tuoretiskiin. Ihmiset vierastavat pakasteiden ostamista, koska sulattaminen vie aikaa”, Huhta toteaa.

Annetaan Huhdan kertoa lyhyesti miksi meidän pitäisi syödä poroa. Hän tekee sen vakuuttavasti, kuten saarnaajalta sopiikin odottaa. ”Poro on jaettua suomalaista ruokaperintöä, sen lihassa on aito maku, se on terveellinen, täynnä vitamiineja ja rasvatonta. Käristys on herkullinen klassikko, helppo valmistaa ja maukas kuin mikä. Eikun suolaa ja pippuria päälle. Arvokkaammista ruhonpaloista saa mahdottoman herkullisia annoksia.”

Riistapastori todistaa väkevästi. Poro taitaa edelleen olla parasta, kuten televisiomainos aikoinaan väitti. Mutta onko poron syönnin vähäisyys seurausta osittain siitä, että poron liha on melkoisen kallista verrattuna tavanomaiseen lihaan, joita marketit pursuavat?

”Poron volyymi ei ole suuri, mikä tietenkin nostaa kuluja. Ainutlaatuiset tuotanto-olot näkyvät hinnoissa, mutta kaikki on suhteellista. Hyvästä kannattaa maksaa, etenkin kun tietää, että poronhoito on kädestä suuhun ammatti. Se tapahtuu täysin luonnon varassa. Esimerkiksi tänä vuonna on hullun huono porovuosi. Kevät oli kylmä, naaraat saivat paljon keskenmenoja, koska ruokaa oli tarjolla niukalti. Vasat ovat painaneet kaksi ja puoli kiloa vähemmän kuin yleensä. Paikka paikoin teuraalle on tarjolla vain puolet normaalimäärästä”, hän luettelee.

”Mikä muu eläin kasvaa puolivillinä luonnossa, syö luonnonmukaista ravintoa, ja joutuu väistelemään samalla petoeläimiä?”

Poronkasvatus ei selvästi ole maailman helpoin tapa hankkia lihaa ruokapöytään. Mutta palataan vielä Ilja Björsin luokse ravintola Juureen Helsingin keskustaan. Onko poro ylihinnoiteltua tavaraa? ”Ei, ei ole. Poronjalostuksella ei tehdä suurta rahaa. Jos poroa myytäisiin halvemmalla, laatu kärsisi. Poro on tavallaan luksustuote, etenkin ruhon fiineimmissä osissa”, Björs toteaa.

Hänen mielestään porosta on turha yrittääkään leipoa lihapullien korvaajaa. ”Jääkö poroa niin paljon yli, että sitä pitäisi erikseen markkinoida arkiruokana?”, hän kysyy.

Niin, hyvä kysymys. Poroa tuodaan jo nyt Venäjältä täyttämään kotimaan markkinoiden käristyskysyntää, joten kannattaako etelän ihmisiä villitä syömään sitä kerran viikossa? Sehän loppuisi kesken alta aikayksikön. Kysymyksenasettelua on syytä tarkistaa. Poron harvinaisuus on mitä ilmeisimmin osa sen viehätystä.

”Sen sijaan, että poroa pyrittäisiin kansanomaistamaan kukkarolle ystävällisellä hinnoittelulla, näkisin mieluummin, että poro toimisi esimerkkinä muille kotimaisille huippuraaka-aineille. Porotuotteiden rinnalle saisi syntyä lisää tunnustettuja herkkutuotteita, kuten Suomen rotukarjan pihvejä, ilman että poroa pitäisi vetää alaspäin kohti arkisuutta. Huippulaatuisia kotimaisia lihatuotteita. Hintavia, mutta tasapainossa laadun kanssa”, Björs sanoo.

Uskottava se on. Poro on harvinaista, laadukasta lihaa, josta nauttiminen on jonkinlainen suomalaisen kuluttajan etuoikeus. Parmankinkun kaltaista luksusmarkkinoiden kansainvälistä valloitusta siltä on silti turha odottaa, sillä suomalaista poroa jalostetaan tarkoitusta ajatellen liian vähän. Poro on kuin maailmanluokan rokkibändi, jonka levy voidaan myydä vain tuhannelle ensimmäiselle ostajalle. Kuten Euroopan unionin nimisuoja omalta osaltaan vahvistaa, laadusta se ei jää kiinni.

”Poron harvinaisuus on mitä ilmeisimmin osa sen viehätystä.”

Parmankinkulla ja kumppaneilla on toki vuosisatojen etumatka brändin rakennuksessa. Kuluttajat ymmärtävät, että Parmankinkusta joutuu pulittamaan enemmän kuin talouskyljyksistä, eikä kukaan oleta löytävänsä alennuslaareista, tai ehdota että parmankinkusta pitäisi valmistaa makaronilaatikkoa. Poron kanssa keskustelua vielä käydään, mistä tämäkin artikkeli toimii esimerkkinä.

Helsinkiläisen kokin katsontakulma poroon on tietenkin hieman erilainen kuin sallalaisen poronjalostajan tai työkseen porosta puhuvan riistapastorin, mutta eräästä asiasta asiantuntijat tuntuvat olevan samaa mieltä. Jotta poron asema herkkutuotteena ei jäisi huomaamatta, porotuotteiden laadun pitää olla korkea kautta linjan, ilman poikkeuksia. Tuotteilla, joihin lisätään esimerkiksi aromivahventeita kuin einesruokiin ikään, ei ole sijaa markkinoilla.

Porotuotteiden tulee olla oikein tehtyjä, kaikkien taiteen sääntöjen mukaan. Vain siten kuluttajat ovat valmiita maksamaan poronlihasta korkeankin hinnan, jonka se kotimaisena ylpeydenaiheena eittämättä ansaitsee.

Mitä kaikkea porosta voi valmistaa? Vinkkejä löytyy täältä: www.pororeseptit.fi ■

ILMOITUS

KOKKIEN TEKEMÄÄ

Mehevät Lagerblad Porojättipullat valmistetaan Sallan villiporosta.

SALLAN VILLIPORO – VAPAANA KASVANUT

Pohjois-Sallan paliskunnan porojen lihassa maistuu Lapin villi luonto. Sallan villiporot kasvavat nimensä mukaisesti vapaina – niitä ei tarhata eikä ruokita. Talvella porot käyttävät ravinnokseen lumen alta kuopimaansa jäkälää ja kesäaikaan niiden ravinto koostuu jopa yli kolmestasadasta erilaisesta kasvista tai kasvin osasta. Luonnon antimista koostuva ravinto tekee villiporojen lihasta erittäin maukasta.

Sallan villiporojen liha on vähärasvaista. Poronlihan kivennäis- ja hivenainepitoisuudet ovat korkeammat kuin muissa lihalajeissa. Poronliha onkin erinomainen raaka-aine mm. pyöryköihin tai jauhelihapihveihin perinteisen poronkäristyksen lisäksi.

Sallan villiporoa käytetään Lagerblad Foodsin valmistamissa Porojättipullissa sekä Tattimuhennoksella täytetyissä porojauhelihapihveissä. Tuotteet valmistetaan Suomessa perinteisillä, hyviksi havaituilla resepteillä. Kypsät pullat ja pihvit pakastetaan tuoreeltaan, jotta tuotteiden maku ja laatu säilyy parhaimmillaan lautaselle saakka. Mehevät pyörykät ja täytetyt pihvit löytyvät Chipstersin valikoimista.

23054 Porojättipulla Sallan villiporosta 60 g n. 84 kpl x 60 g / 5,0 kg

23048 Tattimuhennoksella täytetty porojauhelihapihvi 140 g n. 40 kpl x 140 g / 5,6 kg

TEHTY SUOMESSA
MADE IN FINLAND

Lisätietoja:
www.chipsters.fi
www.lagerbladfoods.fi

KOVASSA SEURASSA

PORO ON NOUSSUT PARMANKINKUN JA FETAJUUSTON RINNALLE KULINAARISENA KANSALLISAARTEENA

TEKSTI: SAMI J. ANTEROINEN

KUVA: RODEO.FI

Poron maailmanvalloitukselle on viime vuosina saatu vahvaa tulitukea, kun Euroopan unioni myönsi suojatun alkuperänimityksen peräti kolmelle eri porotuotteelle. Ensimmäisenä suojattiin Lapin Poron liha ja perässä tulivat Lapin Poron kuivaliha ja Lapin Poron kylmäsavuliha. Brändinrakennuksessa EU:n nimisuojaa ei ole kuitenkaan varsinaisesti hyödynnetty – ennen kuin nyt. Kylmänen Food Oy lähti syksyllä 2012 lyömään rumpua poron puolesta alkuperänimityksen voimin.

EU:N NIMISUOJAJÄRJESTELMÄ ei ole järin tuttu monellekaan HoReCa-ammattilaiselle. Systeemin tarkoitus on suojata elintarvikkeita ja maataloustuotteita vakiintuneen nimen väärinkäytöltä ja huokeammilta väärennöksiltä. Suoja koskee yleensä tuotteita, joita on valmistettu tai tuotettu perinteisesti tietyllä alueella tai tietyllä valmistusmenetelmällä useamman sukupolven ajan. Kuluttajalle suojaus on tae siitä, että tuotteen alkuperä, raaka-aineet ja valmistusmenetelmä tunnetaan.

Tähän mennessä EU:n alueella jonkinasteisen nimisuojauksen on saanut jo lähes tuhat tuotetta. Näistä lihajalosteita on alkuperänimityksenä suojattu vain 31 kappaletta – eli kyseessä on siis todellinen Mestarien Liiga. Sitäkin suurempi pommi on, että tässä listassa on peräti kaksi poroperäistä tuotetta.

Sukellus historiaan

Poron tapauksessa takana on vuosisatainen pohjoinen perinne ja kulttuuri, joten nimisuojan myöntämisen luulisi olevan nopea ja vaivaton prosessi. Vuosituhannen alussa toimistopäällikkö Matti Särkelä Paliskuntain yhdistyksestä päätti ottaa selvää, mitä EU-sertifiointi vaatisi.

"Siitä alkoi 10 vuoden pituinen projekti", naurahtaa Särkelä. Euroopan Komissio oli kiinnostunut kaikesta mahdollisesta maan ja taivaan välillä ja niin Särkelä päätyi todentamaan poronhoidon historiaa ja kulinarismia oikein olan takaa. Vanhin aikakirjoista löytyvä merkintä siitä, että poroa on käytetty Lapissa ravintona, löytyi vuodelta 1555, kertoo Särkelä.

"Paljon hyötyä oli myös Lapissa 1700–1800-luvulla liikkuneiden tutkimusmatkailijoiden kirjoituksista, joissa poroa sivuttiin toistuvasti." Materiaalia kertyi lopulta yhden pro gradu -tutkielman verran – ja työ todella vei mennessään.

"Kiivaimmassa vaiheessa tein tutkimusta kokopäivätyönä monen kuukauden ajan."

Puikulasta vetoapua

Toivoa antoi Lapin Puikulan saama nimisuoja (1997) – Särkelä tiesi, että nimisuoja oli mahdollista saada, kun vain malttoi taistella EU-byrokratian läpi. Lopulta yhden miehen työ palkittiin ja Lapin Poron liha aateloitiin nimisuojalla vuonna 2009. SAN-nimisuoja vaatii, että Lapin Poron liha on tuotettu, leikattu ja pakattu Suomen poronhoitoalueella. Lihaa voidaan myydä koko-, puoli- ja neljännesruhoina sekä ruhon- tai lihasosittain pakattuna.

"Komissio vaati myös, että poronvasan liha erotetaan aikuisesta porosta, joten raavas ja vasa myydään eri merkintöjen alla", Särkelä täsmentää.

Seuraavaksi Särkelä puski systeemin läpi Lapin Poron kuivalihan ja Lapin Poron kylmäsavulihan, joille saatiin nimisuoja 2010.

Noottia Berlusconille

Miksi rovaniemeläinen sitten lähti moiseen urakkaan? Mies myöntää, että takana oli aimo annos näytön halua:

"Esimerkiksi taannoiset Berlusconin kommentit suomalaisesta ruuasta saivat minut kimpaantumaan aina siinä määrin, että halusin osoittaa että Lapista löytyy jotain aivan yhtä ainutlaatuista kuin Parmankinkku."

Samalla pitkän linjan ammattilainen halusi luoda poromiehille ja -naisille uskoa omaan tekemiseen – ja siihen, että työ on arvokasta.

"Nimisuojan myötä alan ihmiset voivat pitää päätään taas vähän pystymmässä."

Kolmas peruste liittyy poron tunnetuksi tekemiseen: EU-nimisuojatut ruokatuotteet ovat varsin selektiivinen veljeskunta, joten kyseessä on myönteinen erottautumistapa markkinoilla.

"Lisäksi kuluttajat eri puolilla Eurooppaa ovat yhä kiinnostuneempia aidoista, perinteisistä tuotteista. Kuluttajat haluavat yhä useammin myös tietää, missä ja miten heidän ostamansa elintarvikkeet on valmistettu", Särkelä linjaa.

"Esimerkiksi taannoiset Berlusconin kommentit suomalaisesta ruuasta saivat minut kimpaantumaan aina siinä määrin, että halusin osoittaa että Lapista löytyy jotain aivan yhtä ainutlaatuista kuin Parmankinkku."

Brändi tulille

Vaikka nimisuoja myönnettiin jo jonkin aikaa sitten, kaupallinen ulottuvuus vaati oman aikansa kypsyäkseen. Lopulta Kylmänen Food Oy päätti tehdä nimisuojasta myyntivaltin omalle toiminnalleen – ja julistaa samalla pohjoisen herkun ilosanomaa maailmalle.

Kylmänen Food vyöryttää nyt poron voimalla kahden merkin tukemana – nimisuojamerkki ja joutsenmerkki. Ensimmäiset tuotteet saatiin kauppaan syksyllä 2012.

Kun 10 vuoden jälkeen tämmöinen merkki ja tunnustus on saatu, olisi jalostusteollisuuden puolelta melko hölmöä toimintaa, jos sitä ei käytettäisi kaupallisesti hyväksi.

Asiassa tosin on pieni maantieteeseen liittyvä mutka: Kylmänen Foodin jalostuslaitoksista toinen sijaitsee Sodankylässä ja toinen Oulun eteläpuolella Rantsilassa. Näin ollen Rantsilan operaatiot eivät tapahdu poronhoitoalueella, eivätkä siten nauti nimisuojaa.

Kylmäsellä päädyttiin ratkaisuun, jossa poronvasatuotteet jalostetaan Sodankylässä ja saavat SAN-merkinnän ja aikuiset porot vastaavasti Rantsilassa ja varustetaan Joutsen-merkeillä. ■

SAN-suojattuja klassikkoja

- Parmigiano Reggiano -parmesaanijuusto (Italia)
- Danablu-juusto (Tanska)
- Feta-juusto (Kreikka)
- Roquefort-juusto (Ranska)
- Gorgonzola-juusto (Italia)
- Prosciutto di Parma -parmankinkku (Italia)
- Pistacchio verde di Bronte -pistaasipähkinät (Italia)

JUOMAPAKKAUSTEN LAJITTELUOHJE

TÖLKIT

Palauta Palpan manuaalipalautussäkissä.
Ei pulloja samaan kuljetuspakkaukseen.

KIERRÄTYS-MUOVIPULLOT

Palauta Palpan manuaalipalautussäkissä.
Ei tölkkejä tai lasia samaan kuljetuspakkaukseen.

UUDELLEEN TÄYTETTÄVÄ LASI

Palauta koreissa tai kennoilla, ei kierrätyslasiastiaan.

KIERRÄTYSLASI

Palauta KLP-astiassa, kierrätyslasipullojen lisäksi myös vanhat A-pullon viini- ja viinapullot.
Vain lasiset juomapullot. Ei posliinia eikä muita pakkauksia.

HALUATKO PYSYÄ AJANTASALLA?

Liity sinäkin PALPAn uutiskirjeen tilaajaksi osoitteessa **palpa.fi/uutiskirje.**
Saat ajankohtaista tietoa suoraan sähköpostiisi.

Yksityiskohtaiset, päivitetyt ohjeistukset löydät osoitteesta **palpa.fi/horeca.**

PALPA

LUPA LÄIKYTTÄÄ

TEKSTI: ARTO K. KOSKELO KUVA: VILLE HENRIKSSON

Kirjoittaja on helsinkiläinen viiniviuhahtelija.

VIINIKIRJAN KIRJOITTAMINEN on viheliäinen työ, koska parisataasivuisessa opuksessa on noin viitisenkymmentätuhatta sanaa, joista jokainen täytyy ronkkia esiin kielellisestä hattarasta yksi kerrallaan. Homma alkaa tuntua työltä viimeistään toisen tunnin kohdalla, jolloin kasassa on liuska, joka joutaa roskakoriin joka tapauksessa, koska ensimmäinen raapaisu on aina roskaa.

Tämän kolumnin aihe on kirjan kirjoittaminen ja sen parahultainen puffaaminen samassa yhteydessä (Viinipiru ja lupa läikyttää, nyt kirjakaupoissa, puf, puf). Kerron omituisesta kesästä, jonka vietin kellarissa naputtaen näppäimistöä läppäristä, joka päätyi tietokoneiden tuonelaan täytettyään tehtävänsä kirjan julkistamisen jälkeen, hieman kuin loppuun asti rääkätty kaakki.

Prosessi sai alkunsa, kun tuleva kustantajani lähestyi minua napakalla ehdotuksella. ”Kirjoita sä viinikirja. Mä kustannan”. Vastasin ykskantaan: ”Okei”.

Koska yhteydenotto tuli Facebookin chatissa, pidin sitä jonkinmoisena vitsinä. En tiennyt miten kirjan kustannuksesta yleensä sovitaan, mutta arvasin, ettei ainakaan Facebookin chatissa. Unohdin koko homman pitkäksi aikaa. Kolme kuukautta myöhemmin puhelimeni pirisi. ”Ollaan tässä palaverissa, pitäis keksiä nimi. Niin, sille sun kirjalle. Tässä ja heti. En kai häirinnyt Thaimaan lomaa?” Jahas.

Alkoi näyttämään uhkaavasti siltä, että joutuisin sittenkin kirjoittamaan kirjan viinistä. Tiedustelin projektin aikataulua. ”Deadline olisi elokuun viimeinen päivä. Silloin pitäisi olla valmista kamaa. Voisit kirjoittaa kirjan kuvauksen ja hahmotella rakennetta, ja lähettää ne mulle tänään”. Vai niin, kuvaus kirjasta, jota ei ole vielä kirjoitettu? Ja hetkinen, kirja valmiiksi neljässä kuukaudessa? Unohda koko homma. Kirjoitan kirjan hiprakasta hiprakassa, mietin, tai sittenkin, pidä sinä Facebook-chattisi, en kirjoita mitään.

Kirjoittaja on paskamainen otus. Päätin kirjoittaa kirjan ja peruutin koko perheen kesäloman ensitilassa. Tuottamaani kärsimystä ei vähentänyt se, etten tuolloin ymmärtänyt, että on melko tyypillistä, että kirjoittaja makaa sohvalla jokaista kirjoittamaansa liuskaa kohden kaksi päivää potien ahdistusta seuraavasta liuskasta, joka velloo muodottomana hänen takaraivossaan, samalla kun tietoisuus lähestyvästä deadlinesta pistää pulssin tykyttämään ohimoilla. Vaimon mielestä kesä valui hukkaan, eikä tulosta edes näyttänyt syntyvän, mikä olikin täysin totta kahtena päivänä kolmesta.

Ystävät ja tutut sen sijaan kyselivät, että aloittaako viinikirjailija päivän inspiroivalla lasillisella roséviiniä, ennen kuin ryhtyy kepeään luomistyöhön riippukeinussa? Mitä vielä, tuona kesänä satoi vettä liki jokaisena päivänä ja minä olin pitkälti kuivin suin, koska huomasin ensimmäisen viikon aikana kaksi asiaa: 1.) hiprakassa heräämisessä on kauhea halu editoida jo kirjoitettua tekstiä tai mikä pahempaa, kirjoittaa uutta. Lopputulos on aina roskaa. 2.) Kankkusessa kirjoittaminen ontuu kuin aasi, jota on pamautettu metalliputkella koipeen, ja varan vuoksi vielä päähän.

Niin kuitenkin kävi, että käsikirjoitus valmistui kolmessa kuukaudessa. Se on lyhyt aika paksuhkolle opukselle. Kirjoittaminen tavoitteli hetkittäin maanisia tunnelmia.

Lähtökohtani kirjoittamiseen oli simppeli. Pohdin, ettei kuluttajien ja viiniasiantuntijoiden välille tulisi rakentaa enempää siltoja. Päinvastoin, olemassa olevat tulisi räjäyttää taivaan tuuliin.

Klassinen viinikirjallisuus synnyttää nimittäin erheellisen vaikutelman, ettei viiniä voi arvostaa, mikäli siihen ei ole perehtynyt kirjakerhon vuosiriivauksen verran. Viiniviisaat ovat aikojen saatossa menneet epähuomiossa itse synnyttämään sen rotkon, jota yrittävät nyt kuroa umpeen sillanrakennusprojekteilla.

Tuo rotko on itse asiassa vain kyljelleen kaatunut norsunluutorni, jonka toisesta päästä huudellaan totuuksia. Täysin turhaa. Viini kyllä löytää tiensä suuhun ja maistuu viiniltä ilman vihkiytymistäkin.

Tiedon tankkaus ei ole välttämätön ehto viinin rakastamiselle, vaikka oppimisen ilo nautintoa syventääkin. Kuinka monet meistä rakastavat kaukomaihin matkustamista ilman että tietävät miten suihkumoottori toimii? Korvaa suihkumoottorin männät (toivottavasti niissä on sellaisia; minä sitten pidän matkailusta) viinitarhojen kivilaaduilla ja olet asian ytimessä.

Viinipiru ja lupa läikyttää on ehdotukseni siitä, mihin suuntaan suomalainen viinikulttuuri voisi uida seuraavaksi. Kohti vapaampia vesiä. Tekele on johdonmukaisen kakofoninen, kepeä ja intensiivinen. Hetkittäin jopa hauska. Se siitä, luet sen jos innostut.

Ja näin, kolumnin lähestyessä loppuaan kirjoittajan ahdistus heltiää ja ohimopulssi katoaa. Mukavaa puuhaa sittenkin, tämä kirjoittaminen. ■

isacco
Italialainen isacco -mallisto nyt
vain P&M Designista!
Upeita kokkiasuja, essuja,
pöytäliinoja...
27.-28. HELMIKUUTA 2013 | HELSINGIN MESSUKESKUS
FASTFOOD & CAFÉ 2013
3 d 11
P&M Design
P&M Design Oy Heikkiläntie 8 B, 00210 HELSINKI,
Tel: 010 4232 450, info@pmdesign.fi, www.pmdesign.fi

Raaka-aineet luonnosta, jo vuodesta 1972
Polarica on toimittajasi tarkkaan valituissa raaka-aineissa metsien sekä
tuntureiden antimista – riistaliha, sienet ja marjat kuuluvat valikoimaamme.
Meillä on alkuperäiset juuret sekä sydän lähellä luontoa.
Kaikki sen takia, että Sinä saat nauttia luonnon loistavat makunautinnot, terveellisesti.
Punainen aurinko näyttää sinulle tietä metsien raaka-aineisiin, luonnollisesti Polaricalta.
www.polarica.fi
POLARICA

HYVÄN ATERIAN AINEKSET

Apetit Ammattilaiset kokoaa nyt yhteen Apetit Pakasteen, Apetit Kalan ja Caternet Finlandin tuotteistot ja myynnin ammattikeittiöille.

”LÄNNEN TEHTAAT -konsernissa Caternet Finland Oy:n alla sijaitseva uusi myyntiorganisaatio – Apetit Ammattilaiset – on aloittanut toimintansa 1.1.2013. Yksikkö vastaa Apetit Pakaste Oy:n, Caternet Finland Oy:n ja Apetit Kala Oy:n ammattikeittiömyynnin kaupallisista toiminnoista ja palvelee HoReCa asiakkaita kautta koko Suomen”, kertoo Caternet Finland Oy:n kaupallinen johtaja Erkki Leppänen.

Caternet Finland Oy valmistaa ammattikeittiöille käyttövalmiita tuoretuotteita nykyaikaisessa tuotantolaitoksessa Helsingin Kivikossa. Caternet on maan johtava lisäaineettomien tuoretuotteiden valmistaja. Tuotantolaitoksen sijainti on erinomainen niin asiakas- kuin hankintalogistiikankin kannalta. Nyt Apetit Ammattilaisissa yhdistyvät Caternetin runsas tuoretuotevalikoima, aiemmin Ateriamestareiden markkinoimat, keskusliikkeiden kautta edelleen toimitettavat Apetit Pakasteen laadukkaat vihannes- ja ruokapakasteet sekä Apetit Kalan tunnetut kalajalosteet.

”Apetit Ammattilaiset tarkoittaa paitsi joustavaa, toimivaa ja kokonaisvaltaista asiakaspalvelua, myös entistä laajempaa ja laadukkaampaa kasvis- ja kalatuotevalikoimaa mittavan asiakaskunnan tarpeisiin. Tuotteillamme on yli miljoona loppukäyttäjää HoReCa sektorin kautta. Sen lisäksi palvelemme myös vähittäiskauppojen palvelu-

tiskejä ja elintarviketeollisuutta", kertoo Leppänen. Apetit Ammattilaisten myyntipalvelu kattaa koko maan ja logistiset pisteet sijaitsevat Helsingissä ja Jyväskylässä.

Tuplasti terveellistä – kalaa ja kasviksia

Apetit Ammattilaiset tarjoaa ammattikeittiöille arkeen ja juhlaan sopivan terveellisen ja korkealaatuisen tuotteiston sekä reseptejä ja innovatiivisia ruokaratkaisuja tuotteista. Laaja tuotevalikoima sisältää sekä tuore- että pakastetuotteita: mm. kalaa, vihanneksia, salaatteja, perunoita, hedelmiä, kasvis- ja kalaruokia. Ammattikeittiöt käyttävät Apetit Ammattilaisten tuotteita yhteensä yli 12 miljoonaa kiloa vuodessa.

Terveelliset tuotteet on valmistettu puhtaista ja turvallisista raaka-aineista pääosin Suomessa. Kotimaisista raaka-ainesta valmistetut tuotteet tunnistaa Kotimaiset -tuotenimestä sekä Joutsenmerkistä.

Asiakaslähtöinen tuotekehitys

"Nyt kun paljon elintarvikealan osaamista keskittyy saman katon alle, voimme tarjota asiakkaillemme todellisen palvelupaketin", kertoo Apetit Ammattilaisten ruokatuotepäällikkö Maria Hartikainen.

"Tuplasti terveellistä eli kalaa, vihanneksia ja hedelmiä on ilo myydä ja nyt pystymme palvelemaan laajaa asiakaskuntaamme aina päivittäisistä lounaista à la carte -annoksiin asti. Apetit Ammattilaisissa yhdistyy paljon osaamista, mikä vahvistaa entuudestaan asiakaslähtöistä tuotekehitystämme ja yhteistyötä asiakkaittemme kanssa", lisää Hartikainen.

Vahva palvelupaketti

"Myymiemme tuotteiden ohella asiakkaillamme on mahdollisuus saada meiltä reseptiikkaa, koulutusta sekä kampanja- ja teema-aineistoja. Niissä tarjoamme ideoita terveellisten kasvisten ja kalan monipuoliseen käyttöön", muistuttaa Apetit Ammattilaisten reseptipalvelusta vastaava asiakaspalvelupäällikkö Liisa Hervonen.

"Ruoan terveellisyys on tänä päivänä todella tärkeä asia kuluttajille, meidän valikoimallamme ammattikeittiöt pystyvät palvelemaan omia asiakkaitaan heidän odotustensa mukaisesti. Sadonkorjuu-viikon ja alkuvuoden Vilkasviikon teema-aineistot ovat hyviä esimerkkejä lähellä tuotetusta kasviksiin ja kalaan pohjaavasta valikoimastamme", jatkaa Hervonen.

Caternetin tiloissa sijaitsee myös koekeittiö. Siellä kehitetään ja testataan jatkuvasti uutta reseptiikkaa tuotteiston pohjalta. Reseptipalvelu aukeaa helmi-maaliskuun aikana osoitteessa: www.apetitammattilaiset.fi. ■

OY ALFA-KEM AB – VARMISTA HYVÄ HYGIENIATASO

OY ALFA-KEM AB tarjoaa HoReCa-asiakkaille tuotteet kiinteistöjen ja elintarviketilojen puhtaanapitoon sekä koneelliseen astiahuoltoon. Räätälöimme tarvittaessa kokonaisratkaisut aineista, siivousvälineistä ja -koneista ja hygieniapyyhkeistä sekä niihin liittyvistä tukipalveluista esimerkkinä astianpesukoneiden tarkastukset ja pesuaineiden automaattiset varastotäydennykset.

Alfa-Kemillä on oma valtakunnallinen myyntiedustajaverkosto palvelemassa henkilökohtaisesti asiakkaita. Lisäksi valmistamiamme pesu- ja puhdistusaineita sekä koneastianpesuaineita on kätevästi saatavana esimerkiksi Kespron ja Metron tukuista.

Oy Alfa-Kem Ab on kotimainen vuonna 1982 perustettu teknokemianalan yritys. Tehdas sijaitsee Lahdessa Rataskadulla. Lisäksi varasto- ja toimistotiloja löytyy Helsingin Herttoniemessä Lämmittäjänkadulla. Joulukuusta 2011 lähtien olemme olleet osa Spectra-konsernia, joka on suomalainen, vuonna 1999 perustettu perheyritys. Se huolehtii kauppakeskusten ja kauppojen tukitoiminnoista.

Oy Alfa-Kem Ab on erittäin kasvuhakuinen yritys, mistä hyvänä esimerkkinä on 2.1.2013 tehty sopimus Oy Medi+Kem Ab:n liiketoimintojen ostosta. Medi+Kem on hygienia- ja puhdistusalan tuotteiden maahantuoja ja tukkuri, jonka laaja tuotevalikoima tarjoaa kokonaisratkaisuja puhtauden ja hygienian alueella. Ostettu liiketoiminta tukee voimakkaasti Alfa-Kemin kasvua ja vahvistaa sen markkina-asemaa erityisesti pääkaupunkiseudulla.

Oy Alfa-Kem Ab:n toimintaa tuotekehityksessä, tuotannossa, myynnissä ja markkinoinnissa ohjaa tehokkaasti ISO 9001 laatujärjestelmä ja ISO 14001 ympäristöjärjestelmä sertifioituna jo vuodesta 2000 lähtien. Suomen teknokemian yhdistyksen jäsenenä olemme vahvasti sitoutuneet noudattamaan kaikkia alaamme sääntöleviä lakeja ja asetuksia.

Oy Alfa-Kem Ab on luotettava yhteistyökumppani, jonka tuote- ja palveluratkaisuilla varmistetaan tilojen riittävä puhtaus ja hygienia. ■

Lisätietoja: www.alfa-kem.fi

PALKKA-AJOON KÄYTETYT TUNNIT LYHENIVÄT MINUUTEIKSI

INTERNETISSÄ TOIMIVANA järjestelmänä HRSuunti Net on omiaan palvelemaan ympäristössä, missä toiminta on hajautettu. Strandbo Group Oy:n henkilöstöpäällikkö Harri Karvinen toteaa, että aikaisemmin käytössä ollut toinen työvuorosuunnitteluohjelma oli osoittautunut turhan raskaaksi Strandbo Groupin tarpeisiin. Kaiken lisäksi se ei ollut täysin yhteensopiva palkanmaksun kanssa.

Kun päätös uuteen ohjelmaan siirtymisestä oli tehty, käyttöönotto oli Karvisen mukaan todella helppoa. Myös henkilökunnan perehdytys sujui mallikkaasti.

”HRSuunti Net -ohjelmaa ei tarvinnut sen kummemmin asennella, siirtyminen uuteen järjestelmään oli muutaman tunnin homma. Henkilökunnan perehdytyskin vietiin läpi yhden päivän aikana”, hän kehaisee.

Karvinen on saanut jo palautetta työntekijöiltään. Kohdepäälliköt, jotka tekevät itsenäisesti omat työvuorolistansa, ovat jo ehtineet kehua ohjelmaa sen keveydestä ja nopeakäyttöisyydestä.

”Radikaalein ajansäästö on syntynyt kuukausittaisessa palkka-ajossa. Vanhalla ohjelmalla siihen kului 6–7 tuntia, nyt ainoastaan 6–7 minuuttia! Myös työvuorolistojen laatimiseen käytetty aika on vähentynyt. Lisäksi ohjelman palkkaraportit ovat selkeitä, ja niitä voi kätevästi jakaa työntekijöille palkanmaksun yhteydessä. Työntekijä voi tsekata nopeasti, että tunnit on laskettu oikein!” ■

Lisätietoja: www.hrsuunti.fi

HYGI TEX OY – SUOJA-ASUSTEITA, SIIVOUSVÄLINEITÄ JA HYGIENIATUOTTEITA AMMATTILAISILLE

HYGI TEX OY AB valmistaa,valmistuttaa sekä tuo maahan hygienia- ja siivousvälineitä, sekä asusteita ammattisiivoukseen, elintarviketeollisuuteen ja suurtalouskeittiöön.

Tämän lisäksi myymme raskaankaluston harjoja ja välineitä alan tukkuliikkeille.

Hygi Tex Oy Ab on perustettu 2006 jatkamaan Vikan Oy:n toimintaa Suomessa. Toimimme omissa yli 1 000 m² tiloissa Karjaalla.

Toimintamme perustuu ammattitaitoiseen palveluun ja joustavuuteen.

Erittäin mielenkiintoinen uusi investointi on perforointikone, jolla tehdään kuitukangasrullia sekä ravintolamaailmaan, elintarviketeollisuuteen että ammattisiivoukseen. Raaka-aine on kotimaista ykköslaatua.

Olemme tiiviissä yhteistyössä Vikan A/S:n kanssa, joka koko ajan kehittää uusia välineitä, joilla nostetaan hygieniatasoa ravintoloissa sekä elintarviketeollisuudessa. ■

Lisätietoja: www.hygitex.fi

BONNE UUTUUDET: HERKULLINEN UUSI BONNE LUOMU OMENASOSE JA RAIKAS BONNE PREMIUM MUSTIKKAMEHUJUOMA

BONNE-SOSEVALIKOIMA LAAJENEE luomulla. Uusin sose on **Bonne Luomu omenasose,** jonka hedelmäpitoisuus on 100 %. Tuote on makeuttamaton ja säilöntäaineeton.

Saatavana on kaksi kokoa: 0,5 litran korkkipakkaus ja 1 litran pakkaus. Pakkaukset ovat kierrätettäviä. Tuote on pastöroitu ja aseptisesti pakattu, minkä ansiosta sose säilyy avaamattomana huoneenlämmössä vuoden ja avattuna jääkaapissa noin viikon.

Laadultaan erinomainen ja herkullinen Bonne Luomu omenasose tekee jälkiruoista todellista herkkua. Luomu omenasose sopii myös välipalaksi sellaisenaan ja kruunaa maullaan puurot, murot, jogurtit, rahkat, ohukaiset, jäätelöt jne.

Bonne Premium Mustikkamehujuoma on valmistettu ensiluokkaisista mustikoista luonnolliseen, käsittelemättömään lähdeveteen, siksi juomassa on aito, hieno mustikan maku. Juoma ei sisällä säilöntäaineita. Mehupitoisuus on 15 %.

Tuote on pakattu kätevään 1 litran korkkipakkaukseen, joka on kierrätettävä. Tuote on pastöroitu ja aseptisesti pakattu, minkä ansiosta mehu säilyy avaamattomana huoneenlämmössä vuoden ja avattuna jääkaapissa noin viikon. ■

Lisätietoja: www.bonnejuomat.fi

Bonne Premium Mustikkamehujuoma 1 L. Myyntierä 12 x 1 L: 6420610112803.

Bonne Luomu omenasose 1 L. Myyntierä 12 x 1 L: 6420610112926.

Bonne Luomu omenasose 0,5 L. Myyntierä 6 x 0,5 L: 6420610112827.

AIKAINEN LINTU KAHVIT NAPPAA! LINKOA KAHVIMYYNTISI KASVUUN!

Paulig Angry BIRDS -suodatinkahvi siivittää aamuasi

Täyteläinen ja voimakasarominen kahvisekoitus, jossa on hieman suklainen vivahde. Se on paahdettu Brasilian ja Colombian auringon alla kypsyneistä 100 %:sista arabica-pavuista. Keskipaahtoinen kahvi, paahtoaste 3. Hienojauhatuksen ansiosta kahvi sopii hyvin valmistettavaksi myös pressopannulla.

Hereille räjäyttävä Paulig Angry Birds -espresso

Tasapainoinen, vahva ja intensiivinen kahvisekoitus, joka syntyy mm. pehmeän makeista Brasilian ja Colombian arabica-pavuista. Ripaus robustaa antaa espressolle tyypillistä ryhtiä. Tummapaahtoinen kahvi, paahtoaste 4. Kodin espressolaitteisiin sopii 250 g espressojauhatus. Papukahvin ystäville on tarjolla myös 500 g papu. ■

Tuotteet:
Paulig Angry Birds kahvi 250 g hj
Paulig Angry Birds Espresso 250 g ej
Paulig Angry Birds Espresso 500 g papu

Lisätietoja: www.paulig.fi

VAASAN FOOD SERVICE UUTUUKSIA

IHANASTI SUUSSA SULAVA VAASAN Omppumunkki yllättää hauskasti: munkkien suosikimaku yhdistettynä leikkisään omenan muotoon tuo kaivattua vaihtelua vitriiniin. Tämä munkki liikkuu kahvikansan tarjottimille takuulla ennätysvauhtia! Kypsä leivonnaispakaste, vain sulatus, lämmitys ja sokerointi.

Näyttävä VAASAN Jätti Munkkirinkilä on isompaan herkutteluun sopiva XL-kokoinen klassikkomunkki. Sulata, lämmitä ja sokeroi tai koristele talon tyyliin.

Laita vitriini kukkimaan iloa ja makua! VAASAN Kukkapulla on kukanmallinen, houkuttelevan näköinen peruspulla värikkäällä vadelma-boysenmarjasilmällä. Nostatettu, sulattaen paistovalmis leivonnaispakaste.

VAASAN TaikaRuis 100% on vallankumouksellinen tuoteperhe, jossa vaalean leivän pehmeys ja herkullisuus sekä ruisleivän terveellisyys ovat samassa paketissa. Nyt saatavana myös SK-kanavassa valmiiksi halkaistuna, monikäyttöisenä vitriinisämpylänä. Kypsä, sulattaen tarjoiluvalmis pakaste.

VAASAN kypsät, valmiiksi halkaistut Jemmarin tyynysämpylät ovat kiireisen kahvilan pelastus. Lisäaineettomat, auringonkukan ja pellavansiemeniä sisältävät maukkaat sämpylät soveltuvat erinomaisesti myös pariloitaviksi. Kypsä, sulattaen tarjoiluvalmis pakaste. ■

Lisätietoja: www.vaasanfoodservice.fi

TAKE AWAY TUO LISÄMYYNTIÄ JA BRÄNDÄÄ KAHVILAA

TAKE AWAY -kulttuurin kasvu näkyy katukuvassa edelleen: kahvia juodaan liikkeellä ollessa. Juomien ja välipalojen mukaan ostamisesta on tullut Suomessakin arkista tarjonnan lisääntymisen myötä. Myös kiireinen elämäntapa kasvattaa mukana syötävien tuotteiden myyntiä. Trendi näkyy selkeästi Huhtamäen take away -tuotteiden kasvavassa myynnissä. Laaja tuotevalikoima, ympäristösertifioidut, laadukkaat ja lähellä valmistetut tuotteet ovat Huhtamäen kahvila- ja pikaruokaravintola-asiakkailleen tarjoamia vahvuuksia.

Laadukkaat pakkaukset tehoavat

”Suomalaiset haluavat kahvinsa nykyisin reilumpina annoksina. Vaikka perinteinen kahvi pitääkin ykkössijaa, näemme erikoiskahvibuumin kasvattavan kahvikuppikokoa korvallisista kupeista suurempiin kokoihin. Mukaan ostettavissa pakkauksissa trendi on sama kuin posliiniastioissa: pienimpien kuppien käyttö on jäänyt vähemmälle”, kuvailee Huhtamäki Foodservice Finland Oy:n markkinointipäällikkö Maisa Katila.

Take away -tuotteissa kuluttajien laatuvaatimukset ovat korkeat: mukaan ostetun juomapakkauksen pitää kestää sään- ja ulkolämpötilojen vaihteluja ja juoman pysyä kuumana pidempään kuin kahvilassa juotavaksi tarkoitetun kupillisen.

”Erityisesti monikerroksisten, tuplavahvojen kuppien suosio kasvaa nyt voimakkaasti, koska ne pitävät juoman kuumana pitkään sormia polttamatta”, Katila jatkaa.

Kannattavaa lisämyyntiä helposti

Kahvilalle, lounasravintolalle ja huoltamolle take away on kustannustehokas ja kannattava tapa saada lisämyyntiä. Näyttävällä take away -tarjonnalla on vaikutusta myyntipaikan yleisilmeeseen, ja take away -pakkauksilla puolestaan merkitystä valikoiman houkuttelevuudelle. Laadukkaat pakkaukset sekä suojaavat elintarviketta että helpottavat myyntityötä. Näyttävyys luo laatumielikuvan, joka auttaa hinnoittelemaan tuotteet oikein.

Personoidulla pakkauksella on helppo rakentaa myös kahvilan brändiä: take away -kahvia juodaan keskimäärin 10 minuutin ajan, jolloin kuppia katsotaan useita kertoja minuutissa. ”Kahvilan logolla painetut pakkaustuotteet mainostavat yritystä katukuvassa ja tukevat näin yrittäjän brändiä. Myös pieni kahvila voi erottautua take away -pakkauksilla kustannustehokkaasti”, Katila muistuttaa.

Uutta Huhtamäeltä

Huhtamäen tutut Coffee to Go take away -kuumakupit ovat saaneet uuden entistäkin trendikkäämmän ulkoasun. Suomessa valmistettava Coffee to Go -sarja on täydellinen valikoima kuumakuppeja kaikille kuumille juomille. Kaikissa Coffee to Go -kupeissa käytettävä materiaali on PEFC -sertifioitua kartonkia. Myös tuplavahvoissa kupeissa tarjonta on laajentunut ja kaikkeen käyttötarpeeseen löytyy sopiva koko sekä kansi.

Vastuullisuus erottavana kilpailutekijänä

Kerta-astioiden markkinajohtajana Huhtamäki Foodservice on alan edelläkävijä ja kehittäjä. Vastuullisuus ja ekologisuus ovat alueita, joilla Huhtamäki erottautuu alan muista toimijoista. ISO laatu-, ympäristö- ja hygieniajärjestelmä sekä PEFC-metsäsertifiointijärjestelmä takaavat muun muassa sen, että tuotannosta syntyy mahdollisimman vähän jätettä, ja että raaka-aineet tulevat kestävän metsänhoidon periaattein hoidetuista metsistä.

”Toimintamme on täysin standardoitu, ja tuotteemme ovat sen mukaisesti laadukkaita ja turvallisia. Ympäristöperiaatteet velvoittavat meitä kaikilla toiminta-alueilla, eivät ainoastaan bio-tuotteissa. Tämä on myös asiakkaillemme päivä päivältä tärkeämpää”, Katila tiivistää.

Huhtamäki Fastfood & Café -messuilla Helsingin Messukeskuksessa 27.–28.2.2013 osastolla 3 e16. ■

Lisätietoja: www.foodservice.huhtamaki.com

HK RUOKATALOLTA UUDENTYYPPISET VIA PANINIT

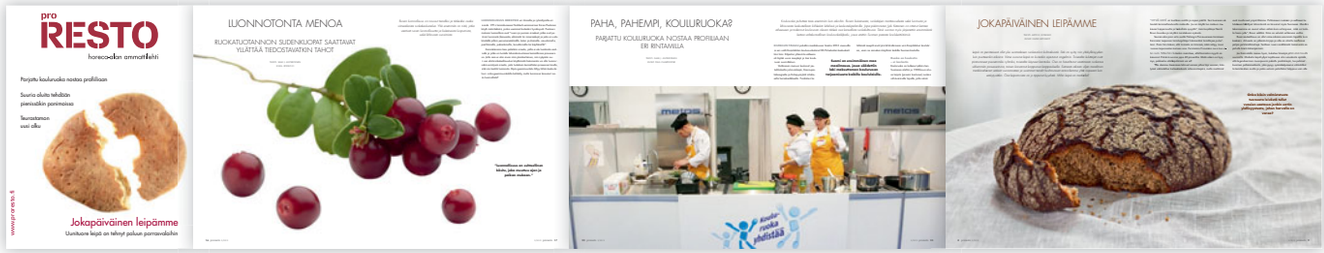
HERKULLISESTI JUURI FAST FOOD -messujen kynnyksellä HK Ruokatalo tuo markkinoille neljä uudentyyppistä, hyvänmakuista 235 g painoista VIA Paninia. Pakasteina myytävien tuotteiden makuina halutut ja taatusti kysytyt kinkku-salami, kana, mozzarella ja kebab.

Uudet VIA Paninit poikkeavat jo markkinoilla olevista paineista sekä muodoltaan että paistotavan osalta. Paninin leipä on ovaalinmuotoinen. Tuotteiden pakkauskalvo on paistonkestävää materiaalia, joka mahdollistaa paninien kuumentamisen kontaktiparilalla pakkauksessaan. Leivän muodon ja paistotavan ansiosta paninin täytteet pysyvät hyvin koossa ja tuote säilyttää houkuttelevan ulkonäkönsä.

Kätevän paistokalvon ansiosta paninien käsittely on myös siistiä ja hygieenistä.

Tervetuloa maistamaan ja testaamaan uusien VIA Paninien rapeusaste HK Ruokatalon messuosastolle 3c24! ■

proresto lukijatutkimus kesäkuu 2012

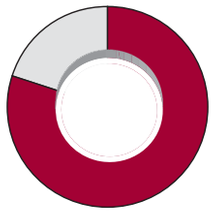


Tutkimus selvitti lehden lukijakunnan rakennetta, mielipiteitä lehden sisällöistä ja visuaalisesta ulkonäöstä.
Kohderyhmänä oli proresto -lehden nimellään saavat HoReCa-alan ammattilaiset.
Lukijatutkimuksen toteutti Promenade Research Oy.
Lisätietoja tutkimuksesta antaa proresto -lehden tuotepäällikkö Paul Charpentier
paul.charpentier@publico.com, puh. 09 6866 2533.

”proresto -lehdellä on yli 25 000 lukijaa”

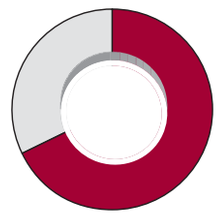
lukijamäärät keskimäärin 3,7 hlöä / yksittäinen lehti / Promenade Research 2012

80%



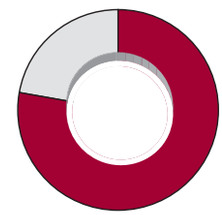
päättää yksin tai osallistuu yrityksen hankintapäätöksiin työssään

68%



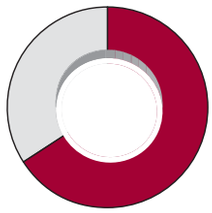
työskentelee esimiesasemassa

78%



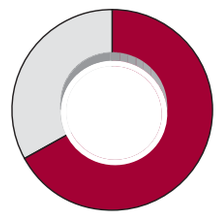
voi hyödyntää lehdessä esiteltyjä tuotteita, ratkaisuja ja palveluita

66%



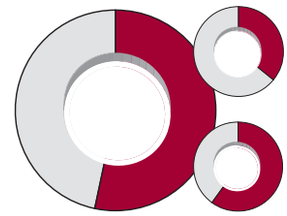
n. 30–50-vuotiaita

67%



työskentelee yrityksissä, joissa on yli 10 työntekijää

54%

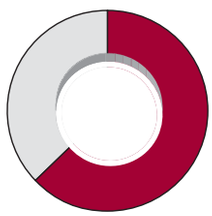


36 % säilyttää kaikki tai kiinnostavimmat numerot

lähes 60 % suosittelisi lehteä työkavereille

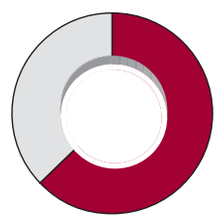
laittaa lehden muiden luettavaksi/kiertoon

63%



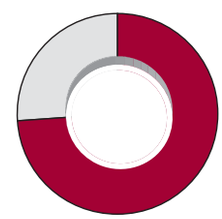
pitää lehteä visuaalisesti kiinnostavana

63%



pitää lehden näkökulmia tuoreina ja raikkaina

74%



arvostaa lehden artikkeleiden ammattimaista otetta

PULLED PORK

PULLED PORK, valmiiksi revittynä ja maustettu Head County bbq-kastikkeella.

VALMISTUS: savustetaan noin 8–10 tuntia hikkori puulla ”Low&Slow” eli matalalla lämmöllä savustettu porsaan kare.

TÄMÄN JÄLKEEN revitään liha niin, että siitä tulee ihan samanlaista kuin Amerikan etelässä tehdään.

SEN JÄLKEEN sekoitetaan barbequekastiketta sekaan, jolloin lihasta tulee erittäin mehukasta. Revitty liha säilyttää kuitenkin lihan tuntuman.

TUOTE PAKATAAN 1 kg pakkauksiin ja pakastetaan. ■

Lisätietoja: www.deli-bbq.fi

HERKULLISEN MAUN LÄHTEILLÄ

KAIKKI MIETIMME usein, mistä syömämme ruoka on oikeastaan kotoisin ja miten se on tuotettu. Tähän kysymykseen perustuu Alambique Oy:n toiminnan ydinajatus: tuoda Suomeen herkullisia ruokatuotteita, jotka ostetaan suoraan pientuottajilta ympäri Espanjaa.

Tuottajista monet ovat perinteitä vaalivia perheyrityksiä, joista useat ovat perehtyneet luomutuotantoon. Vuosien asiantuntemus sekä aito intohimo luoda tarkasti valituista raaka-aineista huippuluokan tuotteita tulee esille tuotteita maistaessa. Niissä maistuu puhdas luonto, Espanjan aurinko sekä vuosien ammattitaito.

Suomeen tuotavat tuotteet valitaan tarkan seulontaprosessin tuloksena, jonka vastuuhenkilönä toimii Espanjan gastronomia-akatemian seniorijäsen.

Alambique myy tuotteitaan suoraan Horeca-alan yrityksille, ruokakaupoille sekä muille jälleenmyyjille ympäri Suomen. ■

Lisätietoja: www.alambique.fi

TAPATURMAN JÄLKEEN TÄRKEÄÄ ON NOPEA APU

ENSIAPUASEMA PRO tuo turvaa ammattikeittiöiden arkeen, sillä avun pitää tarvittaessa olla nopeaa ja lähellä. Hotelli- ja ravintola-alan yleisimpiä tapaturmia ovat liukastumiset, kompastumiset, viiltohaavat, palovammat ja mahdolliset kemikaaliroiskeet uuninpuhdistus- ja konetiskiaineista.

Laki määrää pitämään huolta

Ensiapuvalmiuden ylläpito koulutuksineen, asianmukaisine ensiapuvälineineen sekä toimintaohjeineen onnettomuustilanteissa on lakisääteistä toimintaa, josta työnantajan on huolehdittava.

Hotelli- ja ravintola-alalla työskentelee usein vakituisten lisäksi extraajia ja kausityöntekijöitä, jolloin ensiaputaitoisten määrä saattaa työvuoroissa vaihdella. Viranomaissuositus on, että vähintään 5 prosenttia henkilökunnasta on käynyt esimerkiksi SPR:n ensiapukurssin ja pitänyt ensiaputaitonsa ajan tasalla. Asiansa osaava perehdyttäjä esittelee uudelle työntekijälle työpaikan ensiapupisteet, sekä kertoo riskeistä ja toimintaohjeista onnettomuustilanteessa.

Asianmukaiset ja monipuoliset ensiaputarvikkeet

Cederrothin uusi ensiapuasema Pro silmänhuuhtelupulloparilla täydennettynä on saanut hyvän vastaanoton keittiöissä – myös käyttökokemukset ovat olleet positiivisia.

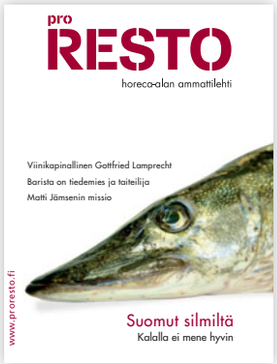
Kommentteina on yleensä se, että ensiapuasemasta löytyy tarvittava, tuotteet pysyvät puhtaina, puutteet on helppo havaita, eikä aseman hyllyille voi kerätä ylimääräistä. Ensiapuasema erottuu ympäristöstään, on helppo puhdistaa, eikä vie liikaa tilaa. ■

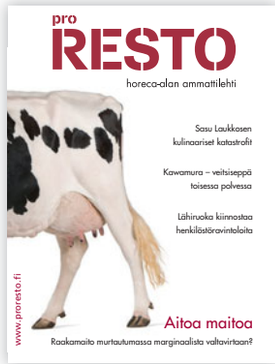
Lisätietoja: www.firstaid.cederroth.com/fi/

TILAA PRORESTO
KESTOTILAUKSENA
HINTAAN 19 € / VUOSI

Hinta sisältää alv 10 %. Lehti ilmestyy 4 kertaa vuodessa.
Tarkemmat tilaustiedot: www.proresto.fi/vuositilaus.html

PRORESTO on korkeatasoinen HoReCa -alan ammattilaisille suunnattu julkaisu. Lehti lyö rumpua laadukkaiden raaka-aineiden puolesta ja esittelee valmistajien ja tuotantoketjujen takaa osaajia ja tarinoita.





HoReCa-alan pelikentällä on paljon nuorekasta asennetta ja raikkaita näkemyksiä. Lehden missiona on tuoda ne esiin ja katsoa tulevaisuuteen perinteitä kunnioittaen.

www.proresto.fi

Tilaajapalvelu
Arkisin klo 8–16 puh. 03 4246 5309 tai
sähköpostilla tilaajapalvelu@kustantajapalvelut.fi

pro RESTO

P.O.R.K
Kutkuttavia ilmakuivattuja lihatuotteita nyt myös ammattikeittiöön!
puh. 020 734 7670
info@pork.fi
www.pork.fi
RUOKAA OMASTA MAASTA

AK Seafood
Arvo Kokkonen Oy
puh. 09 2786 0716
www.arvokokkonen.fi

Heikin Liha Oy
LIHATUKKU
Työpajankatu 2, 00580 HELSINKI
Puh. (09) 761 470, www.heikinlihaoy.com

TALOUSJURISTIT OY
Juhani Hopsu
varatuomari
puh. 0500 403 604
Mikonkatu 8 A, 10. krs.
00100 Helsinki
juhani.hopsu@talousjuristit.fi

PROMENS
"Dynot" tuotteidenne turvaksi.
Kätevät kannelliset rasiat.
Tilaa tehtaan toimipisteestä.
02 489 555 / myynti Nurmijärvi
myynti.nurmijarvi@promens.com
www.promensfoodpackaging.com

pro RESTO
Tervetuloa hakemaan oma proresto horeca-alan ammattilehtesi osastoltamme 1f25 Ravintola 2013 -tapahtumassa!
Seuraava proresto 2/2013 lehti ilmestyy toukokuussa 2013.
www.proresto.fi

ARVELIN INTERNATIONAL OY
Kauppakartanonkatu 7, 00930 Helsinki Puh. 09-2511 110, expo@arvelin.fi
www.arvelin.fi

Atria
LUOMU
EKOLOGISK PRODUKT

Laatua, luonnollisesti.

Luomutuotteiden käyttö ammattikeittiöissä on lisääntynyt nopeasti kasvavalla vauhdilla. Sekä kuluttajat että ruoka-alan ammattilaiset osaavat vaatia aitoja makuja ja puhtaita raaka-aineita.

Atrian Luomuliha tuotetaan luomutuotantoon sitoutuneiden sopimustuottajien tiloilla. Kasvatuksessa huomioidaan tarkasti eläinten lajityypilliset käyttäytymistarpeet sekä kiinnitetään erityistä huomiota tuotannon eettisyyteen ja ekologisuuteen.

Vastuu maistuu myös lautasella.

Atria

Hyvä ruoka, parempi mieli.

Apetit
Ammattilaiset

SUOMEN KATTAVIN KALA- JA VIHANNESTUOTTEIDEN VALIKOIMA NYT YHDESTÄ PAIKASTA.

Apetit Kalan,
Apetit Pakasteen ja
Caternetin
HoReCa –myynti
Apetit Ammattilaiset,
apetitammattilaiset.fi
09-77447744

UUSI VUOSI. UUSI VALIKOIMA.